



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA E LITERATURA
DOUTORADO EM LINGUÍSTICA

DANIELLE CÂNDIDO DA SILVA NASCIMENTO

ENTRE SERVIDÃO E LIBERDADE: O LUGAR DO AFETO NO
DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO

MACEIÓ - AL
2022

DANIELLE CÂNDIDO DA SILVA NASCIMENTO

**ENTRE SERVIDÃO E LIBERDADE: O LUGAR DO AFETO NO
DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura, da Faculdade de Letras, da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Linguística.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Virgínia Borges Amaral

Área de concentração: Linguística.

Linha de Pesquisa: Discurso: sujeito, história e ideologia

MACEIÓ - AL
2022

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

N244e Nascimento, Danielle Cândido da Silva.
Entre servidão e liberdade : o lugar do afeto no discurso do empreendedorismo /
Danielle Cândido da Silva Nascimento. – 2022.
169 f. : il.

Orientador: Maria Virgínia Borges Amaral.
Tese (doutorado em Linguística) – Universidade Federal de Alagoas.
Faculdade de Letras. Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura. Maceió.

Bibliografia. f. 158-169.

1. Análise do discurso. 2. Afeto (Psicologia). 3. Empreendedores. 4. Servidão. 5.
Liberdade. I. Título.

CDU: 81'42

Àqueles que souberam respeitar o “silêncio”
necessário a estes ditos e a tantos outros afetos.

AGRADECIMENTOS

A Deus e aos meus.

Especialmente,

Ao meu núcleo familiar: minha mãe Djanira, meu pai Toni, meus irmãos Tizianne e Toninho e meu sobrinho Roginho.

A minha orientadora, a Profa. Dra. Maria Virgínia Borges Amaral.

Aos professores que formaram a banca de qualificação e de defesa do doutorado, a Profa. Dra. Bader Burihan Sawaia e o Prof. Dr. Sóstenes Ericson Vicente da Silva.

Aos professores que aceitaram o convite para participar da banca de defesa do doutorado, a Profa. Dra. Belmira Rita da Costa Magalhães e a Profa. Dra. Izabela Domingues da Silva.

Ao meu revisor, o Prof. Me. João Paulo Martins de Almeida.

Aos professores e técnicos do Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura da Universidade Federal de Alagoas (PPGLL/UFAL).

Ao apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (FAPEAL), pela bolsa de doutorado, para a realização desta pesquisa.

Ao amigo, Prof. Dr. Samuel Barbosa Silva, em nome de quem agradeço a todos os amigos pelo afeto!

*Não somos máquinas de pensar que sentem.
Somos máquinas de sentir que pensam.*

António Damásio

RESUMO

O discurso do empreendedorismo (atravessado pelo discurso do afeto) enunciado pelo e/ou para o sujeito empresarial é o objeto de estudo desta pesquisa, pensada pelo desejo de refletir sobre o liame entre a linguagem e a afetividade. O texto trata de palavras que, geralmente, são empregadas nas empresas, e que estão sendo usadas pelos trabalhadores para descrever e avaliar suas vidas. Nesta direção, recorrendo a um recurso metafórico, pergunta-se: como um sujeito se torna uma “empresa”? Essa questão instiga a investigação de forma mais particular sobre o discurso enunciado pelo e para o sujeito-empresa, a partir da fundamentação teórico-metodológica ancorada na Análise de Discurso pêncheutiana, sustentada no materialismo histórico, com a interlocução dos estudos sobre os afetos em Spinoza. Com este aparato, objetiva-se analisar a discursividade do sujeito empresarial, que transita entre o sentido de servidão e de liberdade no capitalismo: a condição de desamparo do sujeito-empresa aciona o restabelecimento do sentido de humanidade e a retomada do afeto da empatia. A pesquisa parte do princípio de que o empreendedor é, por um lado, o sujeito que incorpora as convocações biopolíticas para se transformar continuamente para, assim, ser um gestor eficaz de seu capital humano e ver a si mesmo como empreendimento – o que implica um processo de autotransformação que, conseqüentemente, metamorfoseia os afetos que circulam no corpo social. Por outro lado, a partir de uma leitura sistemática, afetiva e sintomal, identifica-se que os corpos desses sujeitos empresariais se encontram na discursividade dos afetos na perspectiva de mudança e/ou de transformação da realidade.

Palavras-Chave: Discurso. Afeto. Sujeito-Empresa. Servidão. Liberdade.

ABSTRACT

The discourse of entrepreneurship (crossed by the discourse of affection) enunciated by and/or for the business subject is the object of study of this research, conceived by the desire to reflect on the link between language and affectivity. The text presented here is concerned with the words commonly used by companies, which are also being used by workers themselves to describe and evaluate their own lives. Along these lines, by using a metaphorical resource, we wonder: How does an individual, a subject, become a “company”? Such a question triggers this research in a particular way when it comes to the enunciation of the discourse by and for the subject-company, using the theoretical-methodological foundation laid by Pêcheutian Discourse Analysis to do so, based on historical materialism which guards interlocution with Spinoza’s studies on affections. With such apparatus, the objective of this study is to analyze the discursivity of the entrepreneurial subject, who transits between the meaning of both servitude and so-called freedom in capitalism: The condition of helplessness of the subject-company is what triggers the restoration of the meaning of humanity and the resumption of the empathy affection. It is assumed in this research that entrepreneurs are, on one hand, the subject who incorporates biopolitical calls which continuously make them transform themselves, so that they become effective managers of their own human capital and perceive themselves as entrepreneurs – something that implies a process of self-transformation which consequently metamorphoses circulating affections in the social body. On the other hand, from a systematic, affective, and symptomatic reading, it is identified that the bodies of the so-called subject-company are found in the discursivity in the perspective of change and/or the transformation of reality itself.

Keywords: Discourse. Affection. Subject-company. Servitude. Freedom.

RESUMEN

El discurso del emprendimiento (atravesado por el discurso del afecto) enunciado por y/o para el sujeto empresarial es objeto de estudio de esta investigación, concebida por el deseo de reflexionar sobre el vínculo entre lenguaje y afectividad. El texto trata de palabras que generalmente se usan en las empresas, pero que están siendo utilizadas por los trabajadores para describir y evaluar sus vidas. En esa dirección, utilizando un recurso metafórico, se plantea la pregunta: ¿cómo un sujeto se convierte en “empresa”? Esta pregunta suscita la indagación de manera más particular sobre el discurso enunciado por y para el sujeto-empresa, desde la fundamentación teórico-metodológica anclada en el Análisis del Discurso pecheutiano, sustentada en el materialismo histórico, con el diálogo de los estudios sobre los afectos en Spinoza. Con esto, el objetivo es analizar la discursividad del sujeto empresarial, que transita entre el sentido de servidumbre y la libertad en el capitalismo: la condición de desamparo del sujeto-empresa desencadena el restablecimiento del sentido de humanidad y la reanudación del afecto de empatía. El estudio asume que el emprendedor es, por un lado, el sujeto que incorpora los llamados biopolíticos a transformarse continuamente, a ser un gestor eficaz de su capital humano y, de esta forma, a verse como empresa -lo que implica un proceso de autotransformación que, en consecuencia, metamorfosea los afectos que circulan en el cuerpo social. Por otro lado, desde una lectura sistemática, afectiva y sintomática, se identifica que los cuerpos de este sujeto empresarial se encuentran en la discursividad de los afectos en la perspectiva del cambio y/o transformación de la realidad.

Palabras clave: Discurso. Afecto. Sujeto-Empresa. Esclavitud. Libertad.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO - LENTE DA AFETIVIDADE.....	11
2 SUJEITO-EMPRESA: UMA POSIÇÃO NO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO.....	20
3 DISCURSO DOS AFETOS EM SPINOZA E EM PÊCHEUX.....	53
3.1 Spinoza: O conhecimento como o mais potente dos afetos.....	60
3.2 Pêcheux: O circuito de afetos interpela o sujeito empresarial.....	70
3.3 A <i>espiral discursiva</i> dos afetos no discurso do empreendedorismo.....	82
4 - O ENTRE-DOIS NO DISCURSO: TODO AFETO É PASSAGEM PARA SERVIR OU PARA LIBERTAR.....	96
4.1 Politização do sofrimento do sujeito/trabalhador.....	104
4.2 Pensamento decolonial: afetos e efeitos de liberdade.....	128
CONSIDERAÇÕES FINAIS - OS CORPOS SE ENCONTRAM PELA PALAVRA PARA A TRANSFORMAÇÃO.....	152
REFERÊNCIAS.....	156

INTRODUÇÃO - LENTE DA AFETIVIDADE

*Todos os nossos filósofos contemporâneos olham,
talvez sem o saber, através das lentes que um dia Spinoza poliu.*

Heinrich Hein

Um notável polidor de lentes. Foi assim que poucos conheceram o filósofo holandês, filho de pais portugueses, Benedictus (ou Baruch) de Spinoza¹ (Amsterdam, 1632 - Haia, 1677), antes de ser reconhecido como um grande filósofo. Por essa surpresa no encontro com sua história, eu me harmonizo com as palavras de Lenoir (2017, p. 27), que diz ser “comovente pensar que esse homem passou os seus dias, em resumo, polindo: lentes, para acuidade visual, e o pensamento, para a acuidade do espírito humano”.

Esse ato spinozista de polir lentes para a sutileza da visão e também para o meu pensamento, assim como o de tantos outros pensadores que nos atravessam, foi o que me guiou, desde cedo, a me perguntar o porquê das coisas com a curiosidade peculiar de uma criança e, mais tarde, com a mente inquieta de quem pesquisa os caminhos da Filosofia.

Nessa travessia, da curiosidade à inquietude do pensamento, a arte se fez presente para mais perguntas (com suas obras de finais abertos) e algumas respostas. Uma destas respostas encontrei no filme *Patch Adams - O Amor É Contagioso* (1998), na clássica cena “Quantos dedos você vê?”. A obra fílmica me ensinou que “ver além dos dedos” significa enxergar o que não está evidente e entender, assim, que o substantivo feminino “lente”, que intitula esta seção introdutória, também pode significar “aquele que lê”², quando compreendido como um adjetivo de dois gêneros.

Para fazer essa nova leitura, foi preciso me colocar na posição de analista de discurso a fim de expandir o campo de compreensão da realidade. Esse caminho de estudo me foi apresentado por Eni Puccinelli Orlandi, no livro *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*, uma das primeiras leituras do “cursinho”, idealizado pelos

¹ A grafia *Spinoza*, que o próprio assinava, foi privilegiada em lugar de *Espinosa*, a fim de empregar o mesmo termo adotado internacionalmente, embora se saiba que a segunda grafia também está correta e é adotada por alguns dos autores que citamos neste texto.

² LENTE. HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p. 1741.

meus padrinhos acadêmicos (professores doutores Lúcia Ramires e Heder Rangel), que preparou um grupo de estudantes para o processo seletivo do Programa de Pós-Graduação em Linguística e Literatura da Universidade Federal de Alagoas (PPGLL/UFAL).

Ao entender o discurso como palavra em movimento, da maneira que conheci em Orlandi, foi possível pensar a língua funcionando para a produção de sentidos, pois, desse modo, o sujeito que pesquisa pode se “situar melhor quando confrontado com a linguagem e, por ela, com o mundo, com outros sujeitos, com os sentidos, com a história” (ORLANDI, 2015, p. 9), por meio de uma leitura laboriosa acerca do conhecimento sobre a linguagem. Afinal, é com a linguagem que os sujeitos se relacionam. De igual maneira, foi na relação entre a língua, o sujeito e os discursos que circulam no corpo social que percebi a emergência de uma pausa para refletir, primeiramente, sobre o medo, na dissertação de mestrado intitulada *Medo e Consumo: os efeitos de sentido da “publicidade de choque”*³, na qual lancei um olhar sobre a sociedade de consumo e o medo de perder os *bens de fortuna* (SPINOZA, 2016).

Naquele momento, assim como muitos pesquisadores, escrevi sobre o que me tocava pelo sofrimento: a forma como o temor é utilizado pelo discurso do mercado para fazer com que as pessoas desejem o que não necessitam, e, ainda, para que elas procurem se sentir seguras, numa época extremamente carente de certezas, de proteção e de segurança.

Essa inquietação com o tema “medo” me provocou muitos incômodos enquanto **sujeito consumidor**: como viver numa sociedade de consumo que nos conduz pelo medo de perder dinheiro, poder e prazer? Oscilar entre o medo e a esperança, como se nossas vidas, agora voltadas para o consumo, fossem uma mera superstição, foi a causa de um grande inconformismo que me despertou para o ato de pesquisar sobre o lugar do afeto no discurso do consumo.

Os afetos do medo e da esperança, que envolveram meu universo enquanto consumidora, expandiram-se quando me deparei com o mundo do trabalho ou da falta dele. Esse é um momento em que muitos de nós restringimos nossos sonhos às balizas da sociedade moderna e aos sofrimentos inerentes ao processo perverso que o *capital* desenha em nossas histórias enquanto **sujeito trabalhador**. Uma dessas

³ A dissertação, defendida em 2017, foi lançada em formato de livro no mesmo ano, com o título *Medo e suas vias de consumo*.

novas formas pela qual o *capital* se apresenta atualmente é por meio do empreendedorismo, que vem registrando números crescentes no Brasil.

O último relatório do *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2019)⁴ divulgou que 53,5 milhões de brasileiros estão à frente de alguma atividade empreendedora. Mas, esse movimento para empreender não está restrito pelo desejo de uma oportunidade de negócio em condições favoráveis e identificadas pelo mercado. Existe, entretanto, um empreendedorismo por necessidade, pela ausência de alternativas de renda ou emprego.

De acordo com a mesma pesquisa do *GEM*, quase 90% dos empreendedores iniciais concordam (total ou parcialmente) que a escassez de emprego constitui uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos. E, nesse caso, as mulheres empreendedoras são as principais responsáveis por esse crescimento.

O empreendedorismo feminino foi o ponto central para definir a temática desta pesquisa de doutorado, a qual se entrelaçou com a minha experiência enquanto “mulher de negócios” junto a outras “mulheres de negócios”. Ressalvo que, quando utilizo a expressão “mulher de negócios” ou “empreendedores” (sem distinguir o gênero), não me refiro exclusivamente às pessoas que abriram uma empresa e que passaram a contar com um CNPJ, mas também às pessoas que, muitas vezes informais ou trabalhadoras assalariadas, empreendem produtos, serviços, atividades (na empresa em que trabalham) e a elas mesmas (enquanto marcas pessoais) como forma de provar o seu reconhecimento e divulgá-lo em redes sociais digitais⁵ como o *LinkedIn*.

A narrativa pessoal que passo agora à exposição, a de **sujeito empreendedor**⁶, iniciou-se em agosto de 2018 com um grupo de amigas que, na ajuda mútua, partilharam sonhos e anseios acerca do empreendedorismo como uma

⁴ GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - 2019: relatório executivo. Disponível em https://ibqp.org.br/gem/download/?_ga=2.118677257.1437729706.1649343747-835231763.1649343747. Acesso em: 07 de abr. 2022.

⁵ Foi adotada a expressão “rede social digital”, também chamada de rede social na internet, ou, simplesmente, mídia social, que, conforme Recuero (2014), funciona como uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores na internet.

⁶ Na pesquisa, a expressão “sujeito empreendedor” aparece, também, como “sujeito empresarial” e “sujeito-empresa”, expressões sinônimas com o fito de evitar repetições.

alternativa em momentos de piora da renda familiar. No ano seguinte, em março de 2019, essa roda de conversa unida pela amizade foi aberta para outras mulheres que buscavam apoio para empreender. Assim nasceu o Café com Empreendedoras de Maceió, com a proposta de “conectar para empreender”, conforme *slogan* criado.

Um mês depois, em abril de 2019, a força da união feminina ganhou espaço na imprensa, com a coluna *Nova*, publicada semanalmente no suplemento *Tudo!*, do jornal diário *Tribuna Independente*. A publicação deu voz a uma nova mulher, que busca crescer em todos os sentidos, trocando experiências afetivas e explorando seu potencial como profissional. Uma mulher que cria carreiras, desenvolve um estilo individual e encontra seu lugar na sociedade de mercado por meio do empreendedorismo feminino.

Mais um mês se passou (maio de 2019) e, em São Paulo, participei de uma capacitação do Instituto Rede Mulher Empreendedora, liderado pela alagoana Ana Fontes, do município de Igreja Nova - Alagoas, fundadora da primeira rede de empreendedorismo feminino do Brasil. Lá, mulheres de todas as regiões do Brasil se uniram para serem capacitadas como multiplicadoras do programa *Ela Pode* e, de volta aos seus estados, capacitar 135 mil mulheres brasileiras, nos anos de 2019 e 2020, ajudando-as no crescimento pessoal e profissional, garantindo independência financeira e de decisão sobre seus negócios e vidas.

De volta a Alagoas, o programa *Ela Pode* foi uma oportunidade de expandir as ações de empreendedorismo feminino dos lugares privilegiados (as cafeterias de Maceió e outros espaços privados) para espaços periféricos, nos quais vivem as mulheres em situação de vulnerabilidade socioeconômica. As capacitações gratuitas instruíram as mulheres sobre temas como comunicação, liderança, negociação, finanças, *networking*, marca pessoal e ferramentas digitais.

No mês subsequente, em junho de 2019, com a ajuda de inúmeros voluntários, a primeira turma do *Ela Pode* foi formada no bairro Vergel do Lago, em Maceió, com o apoio da ONG *Mandaver*. Depois disso, o programa passou, no período de 2019 e 2020, pela Casa Betânia, uma comunidade acolhedora para mulheres com dependência em substâncias psicoativas, localizada no bairro Benedito Bentes, em Maceió; pelo município de São José da Laje, na Zona da Mata Alagoana; pelo Centro Pesqueiro do bairro Jaraguá, em Maceió; pela 9ª Bienal Internacional do Livro de Alagoas, realizada também nas ruas de Jaraguá; e por outros espaços alternativos para o discurso do empreendedorismo feminino.

Em novembro de 2019, mês em que se celebra o Dia do Empreendedorismo Feminino, especificamente no dia 19, realizei, junto à colega publicitária e empreendedora Valná Dantas, o evento Empodera Alagoas, o maior encontro de empreendedorismo feminino do estado, que reuniu cerca de 350 mulheres de negócios. Esse quantitativo de empreendedoras num único evento, juntas às iniciativas descritas até então, levou-me à seguinte reflexão: O **empreendedorismo feminino** poderia ser uma possibilidade de auxiliar o *conatus*⁷ (SPINOZA, 2016) das mulheres de modo diferente de como foi tomado pelo *ethos* neoliberal?

A pergunta surgiu também porque, nesse período de contato mais próximo com as empreendedoras, identifiquei que, se antes de empreender elas não conseguiam enxergar oportunidades, com o empreendedorismo muitas delas chegaram a um estado de esgotamento, devido ao fato de assumirem muitas funções na vida profissional (administrativa, financeira, *marketing* etc.) enquanto pequenas empreendedoras, somadas, ainda, às funções da vida pessoal (filha, esposa, mãe, dona de casa etc.).

Se o empreendedorismo, à primeira vista, pareceu uma alternativa para salvar as mulheres das vulnerabilidades a que muitas estão sujeitas, as lentes de analista de discurso, pouco a pouco, mostraram o contrário. No entanto, devido à aproximação com o tema “empreendedorismo feminino”, decidi por não analisar os discursos que vivenciei junto às mulheres de negócios, com o objetivo de pensar o objeto com certo distanciamento, apesar de sempre sermos tocados por tal. A narrativa pessoal apresentada funcionou, então, como uma justificativa para este estudo.

Foi assim que os *afetos* surgiram como tema desta pesquisa de doutorado intitulada *Entre servidão e liberdade: o lugar do afeto no discurso do empreendedorismo*, cujo **objeto de estudo** é o discurso do empreendedorismo (atravessado pelo discurso dos afetos) enunciado pelo e/ou para o sujeito empresarial, a fim de examinar as relações sociais, históricas, políticas, ideológicas e afetivas desse sujeito, nas materialidades linguístico-discursivas que expressam a servidão⁸ no processo de precarização do trabalho e a possibilidade de outra realidade a partir

⁷ Antecipamos que, por *conatus*, Spinoza (2016) entende a potência ou esforço de perseverar na existência.

⁸ Consideramos o sentido de “servidão” em relação ao capitalismo, uma vez que o trabalho aprisiona ao invés de libertar.

da politização do sofrimento e da decolonização do pensamento sobre os afetos e efeitos de liberdade.

É, sobretudo, no liame entre a linguagem e os afetos que nasce o **objetivo** de pensar o discurso do empreendedorismo por meio do olhar atento ao mundo sensível, que é um elemento fundamental da prática discursiva. Para isso, tomamos como ponto de observação a forma como os discursos subjetivam o sujeito empreendedor pela mobilização de afetos enunciados, incitados, naturalizados e compartilhados.

Uma dessas manifestações discursivas e afetivas nos chamou atenção para a pesquisa: **a experiência de escutar os trabalhadores** nos levou a perceber repetições de discursos⁹ que dizem algo de uma *formação discursiva*¹⁰ pela qual transitam dizeres dos quais os sujeitos são representantes, são sujeitos do discurso. Dentro dessas repetições, aparecem palavras que são empregadas, geralmente, nas empresas, mas que estão sendo usadas pelos trabalhadores para descrever e avaliar sua vida.

Nesta direção, recorrendo a um recurso metafórico, pergunta-se: como um sujeito se torna uma “empresa”? Para pensar essa questão, partimos do pressuposto de que o corpo do trabalhador é preparado para atender às necessidades do mercado, e não necessariamente às necessidades humanas. De modo que, pela via da ideologia do *capital*, o sujeito é interpelado/autorizado a enunciar-se como “empresa”.

Com esse entendimento, defendemos a **tese** de que o sujeito-empresa é o sujeito que incorpora as convocações biopolíticas para se transformar continuamente, para ser um gestor eficaz de seu capital humano e, desse modo, ver a si mesmo como empreendimento – o que implica um processo de autotransformação que, conseqüentemente, metamorfoseia os afetos que circulam no corpo social.

Essa condição do sujeito conduz o estudo à seguinte questão: Como a capacidade do sujeito de afetar e de ser afetado se molda a modelos comunicacionais que tomam parte de estratégias discursivas de agentes identificados como empresas/empreendedores? Essa pergunta instiga a investigação sobre o discurso enunciado pelo e/ou para o sujeito empresarial, que corresponde a processos

⁹ No entendimento da Análise de Discurso pecheutiana, o discurso é da ordem do repetível, do já-lá, do já-dito. Já o enunciado nunca se repete, e é determinado em condições específicas de enunciação. O enunciado, portanto, deve ser compreendido conforme a abordagem apresentada por Michel Foucault.

¹⁰ Antecipamos que, por *formação discursiva*, Pêcheux (2014a, p. 147, grifo do autor) entende por “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada, numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito”.

comunicacionais que convocam e interpelam os indivíduos para que sejam sempre mais sujeitos do desempenho, gestores eficazes de si mesmos, numa sociedade supostamente imaginada como a melhor para o futuro de todos.

Para tal estudo, a **fundamentação teórico-metodológica** deste trabalho é ancorada na Análise de Discurso (AD)¹¹ de Michel Pêcheux - sustentada na Linguística, no Materialismo Histórico e na psicanálise -, com a interlocução dos estudos sobre a Teoria dos Afetos de Spinoza. Esses pensadores formam o arcabouço teórico desta pesquisa, somado aos trabalhos de Jean-Jacques Courtine, à discussão filosófica em Michel Foucault e à sociológica em Dardot e Laval, dentre outros autores que atualizam o pensamento dos supracitados para o melhor entendimento do objeto de estudo aqui trazido.

O campo discursivo do qual foi constituído o **corpus** parte de notícias, reportagens, *blogposts*, *ebooks*, postagens em redes sociais digitais etc., cujos enunciados transitam pela condição de servidão desses sujeitos, que demonstra o sofrimento do trabalhador para a condição de liberdade do sujeito, tendo o discurso como categoria de mediação para pensar outra forma de realidade. Em outras palavras, pode-se dizer que esta tese procura analisar a condição de sujeitos que estão afetados por uma condição desumana e que, de alguma forma, ressignificam tal condição a partir do restabelecimento da sua humanidade por meio da relação (ou combinação) de afetos.

Isso significa que a condição humana pode ser visível no afeto de desamparo e pode ser restaurada na resiliência de retomar com o afeto de empatia, com a ajuda mútua aos desamparados, a exemplo dos motoristas de aplicativos, que vivem a servidão do regime de *plataformização* do trabalho¹² e buscam a emancipação com a criação de uma plataforma construída e gerenciada pelos próprios motoristas. São discursos que revelam a implicação do sujeito empresarial em diversas formas de afetos geradores de controle social, numa sociedade caracterizada pela dominação e pela resistência.

Diante dessa argumentação, a **demonstração da tese** é apresentada a partir de uma *leitura sistemática, afetiva e sintomal* (SPINOZA, 2016; PÊCHEUX, 2014), a

¹¹ A adoção/posicionamento pela Análise “de” Discurso, de Orlandi (2015), deve-se ao fato de entender, assim como a autora, o discurso como palavra em movimento, que não deve ser determinado por um artigo, pois discurso é um lugar de produção de sentidos e de processos de identificação dos sujeitos.

¹² Resultado do aprofundamento das políticas neoliberais e da digitalização da economia.

qual identifica que os corpos do sujeito empresarial se encontram na discursividade dos afetos na perspectiva de mudança e/ou de transformação da realidade. Nesse ínterim, o discurso é a categoria de mediação entre a perspectiva filosófica da singularidade dos afetos e o plano das determinações universais, que permite compreender as relações sociais e as contradições existentes em sua essência, totalidade e coletividade, de modo a superar a visão dos fenômenos como algo aparente, isolado e fragmentado.

Posto isso, para o processo de apreensão do objeto da pesquisa, a tese está organizada em quatro seções, estruturadas de modo que os afetos sejam o fio condutor da análise discursiva. Nesta seção introdutória, **1 Lente da afetividade**, apresentamos o objeto da pesquisa, a problemática que motivou a escolha do tema, as questões orientadoras do estudo, o objetivo do trabalho de doutoramento, a fundamentação teórico-metodológica, o apontamento da tese e a sua estruturação para a leitura sobre como o discurso dos afetos ocupa um lugar na formação do sujeito-empresa.

A seção **2 Sujeito-empresa: uma posição no discurso do empreendedorismo** desenvolve um conhecimento sobre o “sujeito empresarial”. Quem é, como surge e como se reproduz na sociedade que tomou forma de empresa? Para responder a essas questões, retoma-se a noção de novo *homo oeconomicus* apresentada por Foucault que, junto à perspectiva crítica de Dardot e Laval acerca do modelo neoliberal, chega-se à questão central da “escolha” como fundante na ideologia capitalista. O sujeito passa a ter a ilusão que pode participar da concorrência do mercado, quando, na verdade, ele ocupa uma posição determinada no discurso. Uma posição que exige do sujeito-empresa uma educação para formar a sua competência e provar o seu reconhecimento, enquanto é afetado pela ilusão de ser livre na sociedade empresarial que o aprisiona.

A seção **3 Discurso dos afetos em Spinoza e em Pêcheux** apresenta os pontos de contato apanhados desses pensadores a partir de temas que os aproximam na teoria e na prática política para uma nova maneira de ler os discursos: uma *leitura afetiva, sistemática e sintomal*. Para esse percurso, os *gêneros do conhecimento* apontados por Spinoza dialogam com as categorias mobilizadas pela Análise de Discurso pêcheutiana e, juntas, possibilitam uma aproximação do real da história acerca do discurso do empreendedorismo e o circuito de afetos que o mobiliza. Entre as transmutações do conhecimento e os gestos de interpretação possíveis, a

argumentação tem um papel central para que o sujeito empreendedor seja interpelado por uma *espiral discursiva* de afetos que o move e/ou o paralisa na sociedade empresarial.

A seção **4 O entre-dois no discurso: todo afeto é passagem para servir ou para libertar** traz uma reflexão, a partir de Spinoza, sobre a singularidade dos afetos no discurso do empreendedorismo. A contribuição do filósofo seiscentista para a Análise de Discurso abre duas perspectivas de pensamento sobre o lugar do afeto na sociedade moderna. Na primeira, a politização do sofrimento do sujeito/trabalhador é pensada a partir da dimensão objetiva da desigualdade social, a dimensão ética da injustiça e a dimensão subjetiva do sofrimento, cujas condições foram analisadas a partir da sujeição à atual *plataformização* do trabalho por parte dos motoristas de aplicativo, especificamente no período de pandemia de COVID-19 no Brasil.

Na segunda perspectiva, a pesquisa revela que, ao mesmo tempo em que os sujeitos se encontram na discursividade dos afetos na possibilidade de mudança e/ou de transformação da realidade, esse caminho funciona apenas como um remédio quando essa possibilidade é considerada dentro da própria sociedade capitalista, porque tal sociedade só pode ser eliminada uma vez que também não mais exista o capital. Nesse ínterim, reafirmamos a tese de que a autotransformação do sujeito empresarial o direciona tanto para servir como para se libertar - e, muitas vezes, novamente servir.

Por fim, o título das considerações finais, **Os corpos se encontram pela palavra para a transformação**, é escrito em forma de metáfora, como um recurso expressivo para designar os sentidos presentes no discurso do empreendedorismo, atravessado pela afetividade, que identificamos nos caminhos entre servidão e liberdade. O que podemos antecipar do que encontramos no entremeio do discurso foi a possibilidade de parar para pensar. Uma pausa para ler a realidade no processo de ir e vir entre as formas de dominação e de resistência presentes na sociedade moderna, enquanto lutamos contra o cansaço de ser um sujeito de si mesmo. E, assim, novamente recorrer às lentes que Spinoza um dia poliu.

2 SUJEITO-EMPRESA: UMA POSIÇÃO NO DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO

O empreendedor é descrito como um sujeito, cuja conduta é caracterizada por “superar e ultrapassar os outros na descoberta de novas oportunidades de lucro” (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 135). Com base na discussão sociológica e crítica sobre a perspectiva neoliberal, os autores se referem ao sujeito empreendedor como aquele que aceita as regras ditadas pelo mercado, para o qual a concorrência tem um papel importante. Como é próprio do mercado ser concorrencial, não há mercado sem concorrência na sociedade capitalista.

Nesse sentido, cada participante tenta superar os outros numa luta incessante para tornar-se líder e assim permanecer. Dardot e Laval (2016, p. 146) entendem que essa luta tem a virtude do contágio: “Todos imitam os melhores, tornam-se cada vez mais vigilantes e, progressivamente, adquirem *entrepreneurship*”, em português, empreendedorismo. O sujeito empreendedor privilegia a competição e a rivalidade, num movimento que tem como objeto central a questão da escolha¹³.

Para Dardot e Laval (2016, p. 140), “a economia é mais questão de escolha do que de cálculo de maximização”. Os autores complementam que a economia é uma teoria da escolha, porque o seu *discurso* (econômico/de mercado) é fundado na promessa da possibilidade de escolha. Segundo Amaral (2016), os elementos de saber da *Formação Discursiva do Mercado* estão ancorados em fundamentos da *Formação Ideológica do Capital*, a qual considera as determinações do mercado como o único caminho para a felicidade e a liberdade do homem.

O funcionamento desta formação se dá por negar e ocultar o conflito de classes, simulando evidências de homogeneidade na sociedade. É por este motivo que, numa perspectiva neoliberal, a economia é homogeneizada de tal forma que se apresenta como mais uma questão de escolha “dos consumidores, novos soberanos ativos que procuram o melhor negócio, o melhor produto que corresponderá a sua própria construção de fins e meios, isto é, seu plano” (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 140).

¹³ Vale ressaltar que o sentido de “escolha” na perspectiva do mercado está ligado à técnica, enquanto a “escolha” na perspectiva ontológica está ligada à reprodução do ser social, à escolha de alternativas para o atendimento às necessidades do ser, conforme se pode identificar em *Ontologia do ser social II*, de György Lukács. Nesta pesquisa, o sentido de “escolha” é empregado numa perspectiva crítica do mercado, com o objetivo de entender o papel do empreendedorismo.

Essa “ciência da escolha” representa ainda um *efeito de sentido* de concorrência na própria ordem da sociedade capitalista, isto é, “um efeito ideológico que provoca no gesto de interpretação a ilusão de que um enunciado quer dizer o que realmente diz (sentido literal)” (FERREIRA, 2001, p. 14). Por isso, o sujeito é moldado pelo *discurso do mercado* para tornar-se um empreendedor que saiba aproveitar as oportunidades de lucro e que esteja disposto a entrar no processo permanente da concorrência.

Desse modo, o *discurso do mercado* produz o *efeito de sentido* de concorrência, que, muitas vezes, trata-se de uma ilusão, porque o capitalismo possui em sua essência a ilusão de que o crescimento da riqueza e a sua transformação em capital pode ser um processo infinito¹⁴. Com esse argumento ilusório, os empreendedores são movidos pela concorrência (mas não participam dela) e agem de forma manipulada pelos capitalistas: eles apenas pensam que estão concorrendo, quando, na verdade, são conduzidos pela concorrência, pois não têm condições de participar da disputa de mercado.

Para esse *funcionamento discursivo*¹⁵ - o qual Orlandi (1983, p. 184) define como “uma atividade estruturante de um discurso determinado, por um falante determinado, para um interlocutor determinado, com finalidades específicas” -, a crença na concorrência e na liberdade de escolha é um componente essencial da ideologia capitalista para que se perpetue a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha e do desejo de ser um sujeito empreendedor.

Pêcheux defende, a partir das contribuições de Althusser, que é possível observar o *efeito* da ideologia interpelando o sujeito – no caso em questão – em “empresa”: “o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido” (PÊCHEUX, 2014a, p. 149). Isso acontece porque o funcionamento da historicidade e da ideologia se constitui na relação do sujeito com a linguagem e produz significação.

¹⁴ Uma das teses centrais da sua obra máxima de Mészáros (2002), intitulada *Para Além do Capital*, é justamente a da incontrolabilidade do capital, que diz respeito a seu processo de expansão e acumulação. Em resumo, a incontrolabilidade do capital é estrutural e só pode ser eliminada quando também não mais existir o modo sociometabólico de reprodução social dominante e, naturalmente, o capital.

¹⁵ Pode-se acrescentar, conforme noção definida por Orlandi (1983, p. 205), que o *funcionamento discursivo* é uma “atividade estruturante do discurso – texto e discurso se determinam mutuamente, são interdependentes”. Logo, o trabalho do analista é mostrar como um objeto simbólico produz sentidos, como os processos de significação trabalham um texto, qualquer deles.

Afinal, é com a linguagem que os sujeitos se relacionam; como também é na relação entre a língua, o sujeito e os discursos que circulam na sociedade que é possível pensar a língua funcionando para a produção de sentidos. O sentido, dessa maneira, está sempre em curso, possibilitando “diferentes sentidos possíveis que um mesmo enunciado pode assumir de acordo com a *formação discursiva* na qual é (re)produzido” (FERREIRA, 2001, p. 14). Com a teoria materialista do discurso, Pêcheux ressignifica a noção de *formação discursiva* de Foucault¹⁶, a saber: “aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada, numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o *que pode e deve ser dito*” (PÊCHEUX, 2014a, p. 147, grifo do autor). A partir desta formulação, portanto, é que se pode pensar a *formação discursiva* como a matriz dos sentidos, sentidos estes que, ressalte-se, são moventes.

Ao articular *formação discursiva* e ideologia, é possível observar o funcionamento da ideologia no discurso que faz parte do imaginário do senso comum e identificar como ela (FD e ideologia) aparece linguisticamente, discursivamente no ditado popular: “Trabalhe com o que você ama e nunca mais precisará trabalhar na vida”. O enunciado motivacional é reproduzido pelo sujeito que acredita saber o que está dizendo, conforme descreveu Pêcheux sobre o funcionamento da historicidade e da ideologia, que se constituem na relação do sujeito com a linguagem e produz significação.

É a ideologia que fornece (produz) as evidências pelas quais “todo mundo sabe” o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado ‘queiram dizer o que realmente dizem’ e que mascaram, assim, sob a ‘transparência da linguagem’, aquilo que chamaremos o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados. (PÊCHEUX, 2014a, p. 146, grifos do autor).

O sujeito do discurso é construído sócio-historicamente, mas também é afetado pelos *esquecimentos* e pela *memória discursiva*. Pêcheux (1988, p. 163) afirma que o

¹⁶ A noção de *formação discursiva* (FD) é central ao funcionamento da engrenagem de análise discursiva tanto de Michel Foucault como de Michel Pêcheux. Para o primeiro, FD trata-se de uma noção que dá conta das contradições internas do próprio discurso; o último trabalha a noção através dos processos de identificação e assujeitamento, o que faz com que se aumente em quantidade a presença das *formações discursivas*.

sujeito “se constitui pelo ‘esquecimento’ daquilo que o determina”. Ou seja, o *esquecimento* é necessário para que sujeito e sentidos signifiquem. Isso acontece porque, na perspectiva discursiva, o *esquecimento* “não se trata de algo que foi dito ou acessado pelo indivíduo e depois ele esqueceu. Não se trata de uma lembrança. O esquecimento é da ordem da ideologia e do inconsciente, condição *sine qua non* para a constituição de sentidos e do sujeito” (BARBOSA SILVA, 2021, p. 30).

Conforme explica Barbosa Silva (2021), ao enunciar, o sujeito esquece que o dizer (assim como o não dizer e o silêncio) já foi manifestado antes, em outro lugar. Desse modo, “ao surgirem, os sentidos já estão produzindo significação no mundo. Portanto, o que eu digo só produz sentido para o outro porque há uma *memória discursiva* que funciona na ordem do dizer” (BARBOSA SILVA, 2021, p. 31).

Sob o efeito do *esquecimento*, o sujeito se reconhece enquanto sujeito enunciador (eu) e tem a ilusão de ser a fonte do sentido do enunciado “trabalhe com o que você ama e nunca mais precisará trabalhar na vida”. Desse modo, o sujeito é capaz de enunciar no mundo pela transparência do dizer, pois rejeita, inconscientemente, qualquer elemento que remeta ao exterior da sua *formação discursiva* (esquecimento nº 1, inconsciente, nível interdiscursivo).

Ilusoriamente, o sujeito acredita que para ser mais bem compreendido o *seu dizer só pode ser dito* de certa maneira e não de outra, elegendo algumas formas de dizer, em relação de paráfrase, e ocultando outras (*esquecimento* nº 2, enunciativo, nível intradiscursivo). Então, ao enunciar “trabalhe com o que você ama e nunca mais precisará trabalhar na vida”, o sujeito “escolheu” a palavra, produzindo novas significações, a partir das tomadas de posição (ideologia/inconsciente).

O que extraímos desse enunciado é que estamos diante de um discurso do capital, que coloca o sujeito trabalhador como o único responsável pelas suas escolhas: “você pode escolher trabalhar com o que ama”. Assim, o sujeito é afetado pela ilusão de que pode efetivamente fazer essa escolha e, ainda, que pelo efeito ilusório de que essa escolha é feita a partir de uma concepção negativa do trabalho: amar o trabalho significa não mais “trabalhar”, não mais “sofrer” como trabalhador.

Com esse entendimento da Análise de Discurso (AD), demonstra-se, adiante, como o discurso neoliberal convoca os trabalhadores a se tornarem “empresa” e, apoiado na ideologia capitalista, produz evidências de que o sujeito-empresa é de fato um empresário/empreendedor. Em outros termos, o sujeito se posiciona no discurso

do mercado como empresário/empreendedor e, assim, adquire os benefícios de ser empresa, como também lhe recaem as obrigações.

Se as vantagens de entrar no mundo empresarial são muitas (ainda que para poucos), o sujeito empresarial, contudo, segue isolado no governo de seu próprio negócio. Esse antagonismo está expresso na língua, como se poderá observar, a seguir, na *sequência discursiva* que, segundo Courtine (2016, p. 25), é uma “manifestação da realização de um intradiscurso”, isto é, do dizer atual.

A *sequência discursiva* 1 (SD 1)¹⁷ foi extraída do perfil da rede social digital de Igor Moraes (2020), mentor de “eugências”¹⁸ e agências digitais, conforme descreve a biografia do Instagram de @igormoraes. A SD 1 diz respeito à transcrição de um vídeo interpretado pelo personagem Agostinho Carrara, da série *A Grande Família*, da TV Globo, seguido da seguinte legenda: “Essa é a vida de quem tem uma eugência. Agostinho e suas sábias palavras. Ele me representa!”.

SD 1 – Eu sendo meu empregado, eu mando em mim. Agora, se eu quiser ir embora, o problema é esse. Eu tenho que pedir as contas a quem? A mim mesmo, porque eu sou empregado e sou patrão. Então, eu tenho que pagar a minha indenização, meu décimo terceiro, minhas coisas, né? Então o que eu faço? Eu não faço nada. Eu só trabalho e não peço demissão, porque eu também não quero pagar meus direitos trabalhistas. É caro. [Publicação do perfil @igormoraes na rede social digital Instagram]

A SD1 demonstra que a opacidade da língua pode revelar o antagonismo da sociedade capitalista: o sujeito-empresa enuncia ilusoriamente como empresário/empreendedor, mas continua ocupando o lugar de trabalhador em sua prática social, uma vez que explora a si mesmo para tentar se manter na lógica do mercado. Somado a isso, a expressão “eu mando” aponta para a relação de obediência/subordinação na sociedade do capital. Então, quais seriam os *efeitos de sentido* produzidos nessa relação, descrita mais especificamente como “sou empregado e sou patrão”?

¹⁷ MORAES, Igor. “Essa é a vida de quem tem uma eugência”. Recife. 31 ago. 2020. Instagram: @igormoraes. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CEjkVlbJ1v8/>>. Acesso em: 2 fev. 2021.

¹⁸ “Eugência” é um neologismo que combina o pronome “eu” com o substantivo “agência”. Uma variação do neologismo “eupresa” e “equipe”, que será melhor abordada adiante.

Um dos gestos de interpretação possíveis sobre essa relação diz respeito à prática discursiva do sujeito-empresa que constrói um imaginário de poder, de modo que o empregado (que também é patrão) teria poder sobre si. Na realidade, estamos diante de medidas governamentais que favorecem o cenário econômico para o surgimento do discurso da naturalização da conduta econômica maximizadora e da expropriação do trabalho, gerando efeitos nos campos sociais, políticos e econômicos. O sujeito-empresa é lançado no mundo no qual uma forma de sociabilidade no trabalho, baseada na condição de precarização, tende a se naturalizar.

Nesse contexto, argumenta-se que o sujeito-empresa é uma posição no discurso do empreendedorismo. Uma *posição* na qual o sujeito é iludido a pensar como empresário/empreendedor; no entanto, resta a ele sobreviver no mercado de trabalho precarizado enquanto trabalhador. O sujeito é, então, compreendido enquanto *posição* na ordem do discurso, enquanto lugar que ocupa para ser sujeito do que diz. Nesse percurso pela tomada de *posição*, destacam-se os diferentes processos de subjetivação que se inscrevem nas diferentes *posições-sujeito* (patrão, empregado, empresário, empreendedor, autônomo etc.).

Desse modo, depreende-se que o sujeito do discurso é intercambiável: ora fala da *posição* de “empresário/empreendedor”, ora da *posição* de “trabalhador, autônomo”, dentre outros lugares do dizer, lugares do discurso que o domina e que autoriza a existência de dada *posição-sujeito*. Uma vez que o sujeito do discurso carrega marcas discursivas a partir da *posição* à qual está filiado, ratifica-se que o sujeito é *posição*, especificamente, no discurso do capital e/ou do trabalho.

É importante salientar que a posição do sujeito é compreendida enquanto formações ideológicas da luta de classes no seu sentido mais amplo (capital x trabalho). Mas, pode-se dizer que tais posições refletem nas diversas manifestações ideológicas do nosso cotidiano, que, de modo particular, se sustentam nesse antagonismo fundamental. Ao mesmo tempo, do ponto de vista discursivo, tudo é muito instável, porque, como explicou Pêcheux (2014a), as palavras mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam.

Somado a isso, vale acrescentar que, se a ideologia do capital funciona na enunciação de um sujeito que se diz enunciando do lugar do marxismo, da crítica ao capital, da defesa do proletário, então o sujeito não está enunciando do lugar do marxismo, embora ache que sim; do mesmo modo que o proletário pode enunciar do

lugar do capitalista, em contradição com sua posição e seus interesses de proletário, como mostrou Marx.

Ademais, o funcionamento do empreendedorismo suscita compreender também como o sujeito age e se conduz quando está numa situação de mercado, visto que o empreendedorismo produz sentido no *discurso do mercado* e não há outro espaço discursivo que não o do mercado para o sentido de empreendedorismo.

Entretanto, para além do meio mercantil, Von Mises (*apud* DARDOT e LAVAL, 2016) identifica que existe, em todo sujeito, a capacidade de se tornar empreendedor nos diversos aspectos de sua vida ou até mesmo de ser o empreendedor de sua vida. Dardot e Laval (2016, p. 144) resumem essa ideia, explicando que cada indivíduo é empreendedor por si mesmo e dele mesmo e descrevem que “todo indivíduo tem algo de empreendedorístico dentro dele, e é característica da economia de mercado liberar e estimular esse ‘empreendedorismo’ humano”.

Na citação dos autores (*idem*), há o *deslocamento de sentido* de uma *formação discursiva* para outra: o discurso da vida é apropriado pelo discurso do mercado que se tornou, nesta sociedade capitalista, referência comum para os sujeitos. Desse modo, o sentido de empreendedorismo se desloca da relação com o mercado para funcionar discursivamente na vida do sujeito hipercentrado, sujeito autoconstrutivo, que aprende a se conduzir, num processo subjetivo autoeducador, autodisciplinador e de autoformação do sujeito econômico: “vai *empreender* e, ao empreender, vai *aprender*” (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 139, grifos dos autores). Portanto, o empreendedor é

[...] um ser dotado de espírito comercial, à procura de qualquer oportunidade de lucro que se apresente e ele possa aproveitar, graças às informações que ele tem e os outros não. Ele se define unicamente por sua intervenção específica na circulação dos bens. Para Von Mises, assim como para Kirzner, o empreendedorismo não é apenas um comportamento “economizante”, isto é, que visa à maximização dos lucros. Ele também comporta a dimensão “extraeconomizante” da atividade de descobrir, detectar “boas oportunidades”. A liberdade de ação é a possibilidade de testar suas faculdades, aprender, corrigir-se, adaptar-se. O mercado é um *processo de formação de si*. (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 144, grifo do autor).

Para Foucault, esse autogoverno tem nome: empreendedorismo. O homem é conduzido a governar a si mesmo no mercado, “sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de [sua] renda”

(FOUCAULT, 2008, p. 311), descrição esta que Dardot e Laval utilizam hoje para o “empresário de si”. Para chegar a essa concepção, anunciada na obra *Nascimento da biopolítica*, Foucault buscou entender os fundamentos do *homo oeconomicus*:

É, de certo modo, no ponto de cruzamento entre essa concepção empírica do sujeito de interesse e as análises dos economistas que será possível definir um sujeito, um sujeito que é sujeito de interesse e cuja ação terá valor ao mesmo tempo multiplicador e benéfico pela própria intensificação do interesse, e é isso que caracteriza o *homo oeconomicus*. (FOUCAULT, 2008, pp. 375-376).

Foucault buscou os fundamentos do *homo oeconomicus* a partir do empirismo inglês e da teoria do sujeito, com John Locke¹⁹, mas chegou à conclusão de que não há uma teoria, nem mesmo uma história da noção desse termo. Após esse percurso, o filósofo entendeu que o *homo oeconomicus* o qual o *capital* quer reconstituir é o homem da empresa, submetido a uma dinâmica concorrencial e integrado a uma sociedade empresarial, a qual Rüstow chamou de “*Vitalpolitik*”. A “política da vida” não se trata de constituir uma trama social em que o indivíduo estaria em contato direto com a natureza, mas, sim, de constituir uma trama social na qual as unidades de base teriam precisamente a forma da empresa.

Em outras palavras, trata-se de generalizar, difundindo-as e multiplicando-as na medida do possível, as formas “empresa” que não devem, justamente, ser concentradas na forma nem das grandes empresas de escala nacional ou internacional, nem tampouco das grandes empresas do tipo do Estado. É essa **multiplicação da forma empresa no interior do corpo social** que constitui, a meu ver, o escopo da política neoliberal. Trata-se de fazer do mercado, da concorrência e, por conseguinte, da empresa o que poderíamos chamar de poder enformador da sociedade. (FOUCAULT, 2008, p. 203, grifo nosso).

Com a multiplicação dos caminhos estratégicos do *modus operandi* neoliberal no interior do *corpo social* - constituído e caracterizado por inúmeras relações de poder, as quais não podem funcionar sem um discurso que as (re)alimenta -, os indivíduos tomam forma de empresa e assim renasce o *homo oeconomicus*. Ainda com Foucault (2008, p. 204), aqui se apreende que “uma sociedade indexada [...] na

¹⁹ John Locke (1632-1704) é autor da obra *Essay concerning Human Understanding*. Londres: E. Holt for Th. Bassett, 1690; e da obra *Essai philosophique concernant l'entendement humain*. Trad. P. Coste, 5. Ed. Paris: Vrin, 1972.

multiplicidade e na diferenciação das empresas” torna as pessoas físicas também jurídicas, o que tem uma implicação direta na lei e nos direitos dos trabalhadores²⁰.

Afinal, “sociedade indexada à empresa e sociedade enquadrada por uma multiplicidade de instituições judiciárias são as duas faces de um mesmo fenômeno” (FOUCAULT, 2008, p. 204), que tem como resultado o aumento das superfícies de atrito entre as empresas e a necessidade de uma arbitragem jurídica. Esse fenômeno pode ser demonstrado discursivamente a partir da concepção de *capital-competência* – fruto da categoria teórica da economia política, denominada *capital humano*.

O *capital humano* é o investimento do capitalismo na força de trabalho para que o sujeito se torne competente. Por isso, a “concepção de que o investimento e o esforço do trabalhador resultam em melhor remuneração no mercado”, segundo Amaral (2007, p. 73), articula-se com a ideia de que “a capacitação do trabalhador é uma condição para a produtividade” (idem, ibidem). Ou seja, capacita-se o sujeito para torná-lo competente para o trabalho e lucrativo para o mercado. Sendo assim, a capacitação é um mecanismo técnico e a competência, uma propriedade.

Esse investimento é pensado muito antes do sujeito tornar-se trabalhador: a formação da “competência-máquina” é constituída desde o início da vida. Como diz Foucault (2008, pp. 308-309), “a competência do trabalhador é uma máquina”, sendo esta “máquina” entendida no sentido positivo pelo neoliberalismo, “pois é uma máquina que vai produzir fluxos de renda” (idem, ibidem). Assim, o capitalismo vê homens e mulheres como máquinas, devido ao desejo do mercado de transformá-los exatamente nisto, de formar a “competência-máquina” do sujeito (FOUCAULT, 2008).

A relação entre a capacitação e a competência, necessária para o investimento em *capital humano*, leva à reflexão do que Foucault (2008, p. 310) descreveu como uma “economia feita de unidades-empresas, uma sociedade feita de unidades-empresas”, na qual o trabalhador aparece como uma espécie de empresa para si mesmo. A partir desta reflexão, é possível identificar que, independentemente de ser empresário/empreendedor ou não, todo sujeito empreende tanto o serviço/produto que oferta como a si mesmo, pois ele mesmo se tornou a *máquina* de serviço/produto a ser ofertada. O sujeito-empresa apresenta, então, um comportamento em termos de

²⁰ Um exemplo dessa implicação na lei e nos direitos dos trabalhadores está presente no artigo *Medidas trabalhistas na pandemia da COVID-19 e o efeito de desmantelamento da classe trabalhadora*, no qual Amaral (2021) aponta que, em tempos da pandemia do novo coronavírus, evidenciam-se questões concernentes às modernas expropriações do trabalho legisladas por medidas governamentais.

“empreendimento individual, de empreendimento de si” (FOUCAULT, 2008, p. 317), que é ressignificado no discurso do empreendedorismo.

Assim, o neoliberalismo aparece como o retorno ao *homo oeconomicus*, mas com um *deslocamento* considerável, um *deslocamento* entre discursos. Isso porque os sentidos se deslocam entre o discurso da economia clássica (liberalismo clássico) e o discurso do neoliberalismo, o que faz com que se ressignifiquem. Na concepção clássica, esse homem econômico é o parceiro da troca, que implica uma problemática das necessidades; na teoria do neoliberalismo, por seu turno, o *homo oeconomicus* é um empresário de si, que fundamentará a noção de empreendedor.

Diante desse contexto, é possível que a aplicação da análise econômica funcione, interpelando indivíduos em sujeitos empreendedores, por meio da educação e demais segmentos do social. A razão disto é advinda da educação na perspectiva do capital/mercado, vista como um grande projeto de assujeitamento: o sujeito é afetado pela ilusão de aprender a empreender (ou *empreender para aprender*). No entanto, esse sujeito-empresa vai se aprisionar ao cadastro de empreendedores endividados, falidos ou desalentados²¹, em decorrência do investimento na formação de si e do seu negócio num mercado cada vez mais competitivo, no qual apenas os maiores sobrevivem.

Sendo assim, se o sujeito-empresa está durante todo o tempo vivendo com o risco de fracasso, isto é, de falir emocional e financeiramente, faz-se necessário existir toda uma educação para o perigo, para o incerto. Em síntese, está-se diante do que Foucault (2008) chamou por formação de “competência-máquina” e, depois, Dardot e Laval (2014) descreveram como “processo de formação de si”, o que hoje se identifica como “educação empreendedora”. Esta expressão data do século XVII e tem origem na economia, a partir do francês Jean-Baptiste Say. Trata-se de um tipo de educação que busca inspirar a vontade de empreender nos alunos.

A educação empreendedora impactou na criação de programas que fomentam o empreendedorismo, como o Empretec, um seminário desenvolvido pela Organização das Nações Unidas (ONU) e aplicado no Brasil exclusivamente pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), uma entidade

²¹ No artigo “Desalentadas”: *subjetivação em dizeres sobre as mulheres que desistiram de procurar trabalho*, Sóstenes Ericson (2020, p. 709) entende que “a posição-sujeito desalentado/a consiste em uma tomada de posição de contraidentificação do sujeito da enunciação na formação discursiva do desemprego [...], sem, no entanto, com ela romper”.

privada que promove a competitividade e o desenvolvimento dos empreendimentos com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões.

Esse contexto sócio-histórico-ideológico do discurso do *capital-competência*, a que se dará prosseguimento adiante, é chamado de *condições de produção* no sentido amplo, uma noção/conceito de Courtine/Pêcheux. As *condições de produção* fazem parte da exterioridade linguística e colaboram no processo de significação do discurso. No caso da educação empreendedora, tal contexto evidencia que o discurso dessa “forma de educar”, ou melhor, de modelar o sujeito para empreender, é fundado pela lógica do capital e apresenta, ainda, a figura de um *porta-voz* (representado pela ONU e pelo Sebrae), que, nas palavras de Pêcheux (1990, p. 17), representa “ao mesmo tempo ator visível e testemunha ocular do acontecimento”.

[...] o efeito que ele exerce falando “em nome de...” é antes de tudo um efeito visual, que determina esta conversão do olhar pela qual o invisível do acontecimento se deixa enfim ser visto: o porta-voz se expõe ao olhar do poder que ele afronta, falando em nome daqueles que representa, e sob o seu olhar. Dupla visibilidade (ele fala diante dos seus e parlamenta com o adversário) que o coloca em posição de negociador potencial, no centro visível de um “nós” em formação e também em contato imediato com o adversário exterior. (PÊCHEUX, 1990, p. 17, grifos do autor).

No discurso da educação empreendedora, as instituições de prestígio internacional (ONU) e nacional (Sebrae) falam em nome dos agentes políticos e econômicos, e propagam, enquanto *porta-vozes* do discurso do capital, o efeito da positividade empreendedora por meio do ato de educar para inspirar e promover a competitividade no mercado com atitudes cada vez mais desumanas.

Como enuncia Pêcheux (1990, p. 18), “o destino do porta-voz circula assim entre a posição do profeta, a do dirigente e a do homem do Estado”. Consoante a esta reflexão, percebe-se que o Sebrae atua no processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios, ocupando, logo, posições bem definidas de dirigente em interlocução com o Estado burguês.

Somadas às *condições de produção* no sentido amplo, as *condições de produção* no sentido estrito, uma noção/conceito de Courtine/Pêcheux, relativas às circunstâncias de enunciação, são responsáveis pelo “estabelecimento das relações

de força no interior do discurso e mantêm com a linguagem uma relação necessária, constituindo com ela o sentido do texto” (FERREIRA, 2001, p. 13). Para entender as circunstâncias de enunciação e os efeitos de sentido do discurso, passa-se à análise, adiante, da publicação “SWOT pessoal: conheça a si mesmo para evoluir profissionalmente”²², publicado no site do Santander (2021), terceiro maior banco privado do Sistema Financeiro Nacional.

O texto foi escrito no gênero discursivo²³ *blog corporativo*²⁴, conhecido por *blogpost*, que mescla conteúdo jornalístico e estratégia de *marketing* digital. O *blogpost* é estruturado por um texto em camadas (separado por blocos de conteúdo), que são identificadas pelos intertítulos e sua estrutura é composta por título, resumo, introdução, desenvolvimento, fechamento e *call-to-action* (em português, “chamada para ação”)²⁵.

Tal gênero costuma utilizar um título chamativo seguido de um resumo, que otimizam a publicação para os mecanismos de busca orgânica, isto é, a relação de *sites* exibidos quando um internauta executa uma pesquisa específica. Ao pensar nas ferramentas de busca, a importância do título fica ainda maior, pelo fato de que se vive uma era de abundância de informação, na qual a disputa por atenção é uma de suas características. Por isso, o título do *post* é o que define se as pessoas vão clicar no *link* do conteúdo ou não. Diante dessa explanação, analisamos a *sequência discursiva* 2 (SD 2), extraída do tópico “título”.

SD 2 – SWOT pessoal: conheça a si mesmo para evoluir profissionalmente [Título do *blogpost* publicado no *site* do Santander].

A SD 2 apresenta um título que atende aos preceitos do gênero *blogpost*, uma vez que utiliza uma tipologia denominada “tema + chamariz”, um estilo de título que

²² SANTANDER UNIVERSIDADES. “SWOT pessoal: conheça a si mesmo para evoluir profissionalmente”. Disponível em: <https://www.becas-santander.com/pt_br/blog/swot-pessoal.html>. Acesso em: 03 ago 2021.

²³ Para Bakhtin (2003), os gêneros do discurso resultam em formas-padrão “relativamente estáveis” de um enunciado, determinadas sócio-historicamente. O autor refere que só nos comunicamos, falamos e escrevemos através de gêneros do discurso.

²⁴ Apresentamos a estrutura do gênero *blogpost* a partir de publicação sobre o tema por parte da empresa Resultados Digitais (2021), especialista na área de *marketing* de conteúdo.

²⁵ No artigo *O discurso da educação empreendedora e o efeito de metamorfose do sujeito em “empresa”* (CÂNDIDO; BARBOSA SILVA, 2022) foi publicada a análise de todos os tópicos da publicação.

destaca e explicita o tema primeiro (“SWOT pessoal”) e, depois, usa uma frase mais chamativa (“conheça a si mesmo para evoluir profissionalmente”). Esse tipo de título também ajuda nas buscas orgânicas, uma vez que as palavras mais importantes do tema são apresentadas de forma direta logo no começo do título e, mesmo assim, não deixam de ser interessantes, já que há a frase-chamariz na sequência.

Seguindo a estratégia discursiva que une jornalismo e *marketing*, o título propõe uma ação (“conheça”) bem como uma palavra-chave com bom volume de buscas (“SWOT pessoal”), que funciona como gatilho para resolver o problema do leitor, neste caso, o sujeito-empresa. Além disso, o título apresenta o acrônimo SWOT²⁶ (do inglês *Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*), que se trata de um método de planejamento estratégico que engloba a análise de cenários para tomada de decisões e tem como objetivo conhecer as forças (pontos fortes), as fraquezas (pontos fracos), as oportunidades e as ameaças (tradução de SWOT para o português) de um negócio (CHIAVENATO, 2003).

Mas, segundo os princípios da educação empreendedora, essa análise também pode ser aplicada no âmbito pessoal, a “SWOT de si”, o que ratifica o processo de objetificação do sujeito, do ato ou efeito de considerar o trabalhador como uma “empresa”, um sujeito objetificado. Para explicar essa questão, Amaral (2022) remonta às bases filosóficas do discurso da modernidade e põe em questão o processo de “contraidentificação” do sujeito/trabalhador “objetificado”. Com isso, mostra que o sujeito apropriado pelo projeto civilizatório da modernidade está desamparado, em meio a um conflito de identidade gerado pelas inúmeras limitações da sociedade capitalista.

Uma vez trabalhador assalariado, torna-se objeto de interesse do capitalista, que o mira com intensidade, velando as suas qualidades para que possa produzir mais “dinheiro”. Nesse ínterim, o trabalhador é enquadrado na categoria de “sujeito de direito”, a “forma-sujeito” histórica do indivíduo na sociedade capitalista. Pode-se aqui perceber a “forma-sujeito” do discurso da burguesia produzindo o efeito de mascaramento do objeto, transfigurando-o em sujeito “objetificado”, indivíduo transformado em mercadoria (força de trabalho), capturado no projeto civilizatório da modernidade para servir ao capital. (AMARAL, 2022, pp. 72-73).

²⁶ A técnica é creditada a Albert Humphrey, que foi líder de pesquisa na Universidade de Stanford nas décadas de 1960 e 1970, usando dados da revista *Fortune* das 500 maiores corporações.

De acordo com a supracitada autora, o que se vê deste conflito da modernidade contra ela mesma é “a perseguição do sujeito em nome de uma liberdade ‘imaginária’, gerada e geradora de equívocos de resistência para alcançar o inalcançável – a liberdade da razão no mundo que a reprime com o ‘fetichismo de felicidade’” (AMARAL, 2022, p. 75). Isso ocorre porque o discurso do capital propaga a falsa ideia de liberdade com o empreendedorismo e coloca o sujeito empreendedor como o responsável pela sua infelicidade.

Ainda da *sequência discursiva* 2, pode-se perguntar: quais os outros discursos que se encontram na *memória discursiva* para, ao serem acionados, produzirem sentido de competência? Vale ressaltar que a *memória discursiva* não se refere à memória individual (psicológica), mas à memória histórica (que não é a cronológica), por meio da qual o sujeito restabelece dizeres inscritos nesta *memória discursiva*, pois nenhum dizer é totalmente novo/inédito. Sendo assim, a *memória discursiva* é condição fundamental para que o dizer (intradiscurso) produza sentido articulado sempre com outros já-ditos (interdiscurso) (BARBOSA SILVA, 2021).

Então, ao dizer “SWOT pessoal”, identifica-se que o discurso da administração/empreendedorismo é trazido para o discurso da vida do trabalhador, do autônomo, do sujeito-empresa. Desse modo, esse outro discurso (da administração/empreendedorismo), que se encontra na *memória discursiva*, ao ser acionado, produz o sentido de “competência” na vida do sujeito, dentre outros sentidos que levam o trabalhador a ter a necessidade de pensar e agir como “empresa”.

Assim, o saber da prática do gerenciamento de pessoas, constituído pela prática científica da administração de empresa, dissemina as “‘novas ideias’ de gestão empresarial, em condições mais acessíveis à compreensão dos pequenos e microempresários” (AMARAL, 2016, p. 98). Esses saberes são ainda transmitidos, conforme a *sequência discursiva* em análise, pelas instituições que promovem a educação empreendedora, a fim de desenvolver características de comportamento empreendedor e identificar novas oportunidades de negócios.

Ainda sobre a educação empreendedora, o texto “Pratique as 10 competências empreendedoras”²⁷, publicado no *site* da Escola de Formação Gerencial do Sebrae, traz mais contribuições para a análise. Escrito também no formato de *blog corporativo*,

²⁷ FONSECA, Rafael Tunes. “Pratique as 10 competências empreendedoras”. Escola de Formação Gerencial do Sebrae. Disponível em: <<https://efgbh.com.br/pratique-10-competencias-empreendedoras/>>. Acesso em: 25 jun. 2021.

explicado anteriormente, o *post* possui um título que propõe uma ação (“pratique”) e uma palavra-chave com bom volume de buscas, como “competências empreendedoras”, que funciona como gatilho para resolver o problema do leitor, o sujeito-empresa.

O texto suscita da/o analista de discurso uma reflexão sobre o processo de empreender, que envolve motivação, luta, coragem, força, persistência, desafios, sucesso por meio de comportamentos e atitudes (SOUZA, 2019). Nota-se que a satisfação no universo empreendedor é “resultante do processo dinâmico de adequação entre desafios e competências, entre forças externas e internas: quanto melhor a adequação, maior a satisfação” (SOUZA, 2019, p. 93).

O título segue a tipologia “listas e números”, visto que *posts* com listas de itens impressionam pela efetividade. O número é concreto (“10 competências...”) e transmite a ideia de grande benefício na leitura. *Posts* em listas também indicam, implicitamente, um conteúdo quebrado em tópicos e fácil de ler, formato atraente para os usuários de Internet, de modo a manter o interesse no conteúdo do desenvolvimento que apresenta 10 competências empreendedoras²⁸. Tais competências são descritas no desenvolvimento do *blogpost*, de intertítulo “As 10 competências empreendedoras”, como se pode observar na *sequência discursiva* 3 (SD 3).

SD 3 - Para David McClelland, todo mundo tem uma motivação interna para melhorar. Essa “motivação para a ação” seria dividida em três categorias motivacionais: realização, afiliação e poder (teoria de R.A.P. ou teoria das necessidades adquiridas). Além dessas categorias, o estudo gerou diversas competências que foram sintetizadas em: 1.Busca de Oportunidade e Iniciativa. 2.Persistência. 3.Comprometimento. 4.Exigência de Qualidade e Eficiência. 5.Correr Riscos Calculados. 6.Estabelecimento de Metas. 7.Busca de Informações. 8. Planejamento e Monitoramento Sistemáticos. 9.Persuasão e Rede de Contatos. 10.Independência e Autoconfiança [Desenvolvimento do *blogpost* publicado no *site* da Escola de Formação Gerencial do Sebrae].

²⁸ As 10 competências empreendedoras são seguidas de uma descrição (que ocultamos na *sequência discursiva* 03) referente a cada uma dessas competências.

Da análise dessa sequência, pode-se depreender que, se o sujeito é uma empresa, é preciso defini-lo, conforme descreve a SD3 por meio das 10 competências empreendedoras. E, se uma empresa é definida pelo plano de negócios, de acordo com o discurso da administração, então a definição do sujeito que tomou forma de “empresa” terá a mesma origem. Segundo Dardot e Laval (2016, p. 28), “trata-se de produzir uma relação do sujeito individual com ele mesmo que seja homóloga à relação do capital com ele mesmo” ou, mais precisamente, “uma relação do sujeito com ele mesmo como um ‘capital humano’ que deve **crescer indefinidamente**, isto é, um valor que deve **valorizar-se cada vez mais**” (idem, ibidem, grifos nossos).

Conforme destacado nas palavras de Dardot e Laval, eis a *missão* do empreendedor. Desse mesmo modo, a *visão* do sujeito empresarial é a liberdade para negociar e empreender; e os *valores* são liderança, compromisso, dedicação completa, eficiência, desempenho, arriscar a si mesmo e obter resultados sucessivos. Pôde-se identificar, ainda, que o sujeito-empresa é alguém que pensa sua relação com o mundo através dos valores empresariais, ou seja, ele deve agir tendo em vista uma relação utilitária, pois acredita que pode crescer infinitamente.

Daí o trabalho “pedagógico” que se deve fazer para que cada indivíduo se considere detentor de um “capital humano” que ele deve fazer frutificar, daí a instauração de dispositivos que são destinados a “ativar” os indivíduos, obrigando-os a cuidar de si mesmos, educar-se [...] cada indivíduo é uma empresa que deve se gerir e um capital que deve se fazer frutificar. (DARDOT, LAVAL, 2016, pp. 224-372).

A SD3 ratifica os discursos outros presentes no discurso do sujeito-empresa, uma vez que o discurso do empreendedorismo se utiliza das estratégias discursivas da autoajuda, camufla-se de religião e está presente, inclusive, na filosofia, visto que o cuidado de si do empreendedor é um contínuo processo de valorização do “eu” no mercado de trabalho, um cuidado de si que significa intensificação do desempenho.

Ainda do *blogpost* “Pratique as 10 competências empreendedoras”, identificou-se que a Escola de Formação Gerencial do Sebrae é um exemplo do modelo de educação para o perigo, para o incerto. Pode-se notar essa questão na *sequência discursiva* 4 (SD 4), que se refere ao tópico *call-to-action* (CTA), com intertítulo “Como aplicá-las no Ensino Médio?”, que utiliza ainda *hiperlinks* a fim de redirecionar o leitor por meio da “chamada para ação”.

SD 4 - A Escola do Sebrae, por meio do Ensino Médio + Técnico em Administração, permite ao aluno vivenciar e exercitar as competências empreendedoras durante os projetos “mão na massa”. A escola oferece projetos que proporcionam ao aluno conhecer o mundo dos negócios, gerir uma empresa e propor o lançamento de uma nova ideia de negócio. Os principais projetos são o Tutoria, Empresa Simulada, Vitrine, Estágio e AGITA. [*Call-to-action* do *blogpost* publicado no *site* da Escola de Formação Gerencial do Sebrae].

Como se pode observar na SD 4, o CTA tem o objetivo de conduzir o leitor para saber mais sobre a Escola do Sebrae, que oferta cursos nos quais as competências empreendedoras estão presentes já no Ensino Médio. No entanto, essas competências têm um único objetivo: tornar o indivíduo mais eficaz, mas uma eficácia que serve apenas para o mercado de trabalho, para dar lucro, para que o indivíduo seja melhor explorado, ainda que, enquanto (futuro) sujeito-empresa, seja explorado por si mesmo.

Diferentes técnicas, como coaching, programação neurolinguística (PNL), análise transacional (AT) e múltiplos procedimentos ligados a uma ‘escola’ ou um ‘guru’ visam a um melhor ‘domínio de si mesmo’, das emoções, do estresse, das relações com clientes ou colaboradores, chefes ou subordinados. Todos têm como objetivo fortalecer o eu, adaptá-lo melhor à realidade, torná-lo mais operacional em situações difíceis [...] todos se apresentam como saberes psicológicos, com um léxico especial, autores de referência, metodologias particulares, modos de argumentação e de feição empírica e racional. (DARDOT, LAVAL, 2016, pp. 332-333).

Essa interiorização do mercado no sujeito introduz incertezas, medos e fragilidades. Mas nada disso pode ser demonstrado, porque o sujeito empresarial “tem de ser forte” e nunca pode revelar seus fracassos, sua vergonha, suas inseguranças. De resto, identificou-se que, em contraposição às competências empreendedoras, há um silenciamento sobre as limitações inerentes ao ser humano. Afinal, não é possível “dar conta de tudo” - sobretudo na sociedade de mercado que ressalta a individualidade do sujeito -, e ainda perseverar na produtividade ao custo de muita luta, devido à concorrência necessária à lógica do capital.

Isso acontece porque, numa sociedade de mercado, a concorrência está presente tanto no outro como em si mesmo - há uma necessidade de “vencer as adversidades e corresponder às expectativas depositadas nela ou que ela mesma

tenha criado” (SOUZA, 2019, p. 94). Assim, o sujeito-empresa mantém seus olhos “vendados”: mergulhado na servidão, ele procura a salvação naquilo que mais o escraviza, pois tudo que ele consegue ver passa pelo prisma do investimento.

Toda essa análise discursiva acerca do “capital-competência”, a partir do funcionamento da educação empreendedora, ratifica os dizeres de Foucault (2008, p. 369): “O *homo oeconomicus* é [...] eminentemente governável”. É um tipo de sujeito que permite uma arte de governar regulada de acordo com o princípio da economia - no sentido de economia política e no sentido de restrição, autolimitação, frugalidade do governo. Por isso, sem saber direito por que nem como, os empreendedores seguem seu próprio interesse e pensam no próprio ganho. No fim das contas, cria-se a ilusão de que é uma boa escolha empreender.

Mas, não há economia de mercado sem a primazia absoluta do interesse pela escolha, cujo ato determina todas as decisões humanas, incluindo tornar-se um sujeito-empresa. Por essa razão, “o mercado é visto como um livre espaço para os empreendedores” e “todas as relações humanas podem ser afetadas por essa dimensão empresarial, constitutiva do humano” (DARDOT, LAVAL, 2014, p. 145). Destarte, o discurso sobre a “liberdade” de *empreender* para *aprender* revela um fortalecimento do princípio que regulamenta as relações dos sujeitos consigo e com os outros, confirmando a força do capital.

A partir da leitura de Amaral (2022), pode-se observar que, com o neoliberalismo, não há uma mudança no discurso sobre a “liberdade de escolha”, mas, sim, uma resignificação para o seu fortalecimento²⁹. Essa resignificação discursiva está presente, especificamente, a partir do século XVII, quando o discurso científico enuncia o que “o homem é e o que ele deve fazer” (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 317), enquanto “animal produtivo e consumidor”, um “ser de labor e necessidade”.

Amaral (2016, p. 26, grifos da autora) defende que “a *mudança* é o grande tema da ideologia de mercado”, porque os discursos se apoiam em formas de convencer os indivíduos a viverem o *presente*, com seus novos modos de ser, de pensar e de agir, antecipando um *futuro* empreendedor, com direito à liberdade e à autonomia

²⁹ Essa nova condição discursiva é apresentada pela Psicanálise, quando os indivíduos sofrem com sintomas que revelam uma nova era do sujeito, como se pode identificar em “O mal-estar na civilização”, de Sigmund Freud; e pela Sociologia, para quem a transformação do indivíduo é um fato inegável, conforme descrito em “Mal-estar na modernidade”, de Sérgio Paulo Rouanet.

almejadas. O empreendedorismo é, então, a nova forma como o *capital* se apresenta no mundo do trabalho.

No entanto, para o funcionamento dessa ilusão, que simula evidências ideológicas que constroem *efeitos de sentido* de uma nova ordem social, o efeito de mudança faz parecer que as relações de trabalho se sustentam na “*vontade* dos indivíduos, em combinarem meios e fins para a competitividade e o lucro” (AMARAL, 2016, p. 106, grifos da autora). Ou seja, é negado o acesso à historicidade do *passado*, a qual, esta sim, revela a “mudança” como uma simulação para perpetuar o antagonismo capital/trabalho.

Dardot e Laval apontam que uma das consequências dessa doutrina econômica é identificada na noção de trabalho apresentada por Jean-Baptiste Say³⁰, que o divide em três funções: “A do especialista que produz os conhecimentos, a do empreendedor que põe os conhecimentos em prática para produzir novas utilidades e a do operário que executa a operação produtiva” (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 149).

Todavia, na concorrência desleal da sociedade de mercado, o pequeno empreendedor não é apenas um mediador entre o conhecimento e a execução. Enquanto “trabalhador por conta própria”, ele assume os três papéis: especialista, empreendedor e operário. Isto significa dizer que o sujeito-empresa não comparece de forma homogênea na sociedade capitalista, fato observável na Lei do Microempreendedor Individual - MEI (Lei Complementar nº 128/2008), que alterou a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar nº 123/2006) e criou a figura do Microempreendedor Individual.

§ 1º Para os efeitos desta Lei, considera-se MEI o empresário individual a que se refere o art. 966 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 36.000,00 (trinta e seis mil reais), optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar pela sistemática prevista neste artigo. (BRASIL, 2008).

É relevante destacar que, segundo dados do *Google Trends* (2022),³¹ houve um aumento de interesse, no Brasil, sobre o tema “Microempreendedor Individual” no

³⁰ Autor de “Tratado da Economia Política”, que deu origem à conhecida Lei Say, Jean-Baptiste Say é considerado o ponto de partida e a base de estudos econômicos da sociedade capitalista, sociedade de mercado. A partir da perspectiva de vertente liberal de Say, argumenta-se acerca dos efeitos discursivos à luz da Análise de Discurso.

³¹ A ferramenta *Google Trends* mostra os mais populares termos buscados em um passado recente, a exemplo da pesquisa sobre o termo Microempreendedor Individual. Disponível em:

período de dezembro de 2008 (quando a Lei do MEI foi publicada) até os dados divulgados no presente momento da pesquisa³², variando a popularidade do termo de 1 (início da amostragem) a 100 (com o pico da amostragem em abril de 2020)³³.

Os assuntos mais pesquisados nesse intervalo de tempo foram “Microempreendedor Individual”, “Portal”, “Empreendedorismo”, “Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica” e “Sebrae Alagoas”. Os usuários que pesquisaram pelo termo “Microempreendedor Individual” também fizeram consultas que apontam para o seguinte universo semântico: “MEI”, “microempreendedor”, “microempreendedor individual”, “micro”, “portal”, “empreendedor”, “CNPJ”, “certificado”, “SEBRAE” e “simples nacional”.

Tais dados, que apontam para o crescimento do interesse sobre o tema “MEI” na internet, quando cruzados com as informações dos relatórios estatísticos da Receita Federal, demonstram que o número de cadastros como Microempreendedor Individual cresceu exponencialmente. No período de 1º de julho de 2009³⁴ a 12 de fevereiro de 2022³⁵, o número de MEIs formalizados no Portal do Empreendedor ou optantes do SIMEI (sistema no qual o MEI realiza o pagamento dos tributos) saltou de 25 para 13.507.861 empresas.

O portal G1, inclusive, noticiou que “Brasil tem recorde na abertura de novos MEIs e ultrapassa 11 milhões, diz Sebrae”³⁶ e explicou que os números se devem ao fato de que, em tempos de recessão econômica, ser comum os brasileiros recorram ao empreendedorismo por necessidade, como alternativa de ocupação e renda.

A legislação do MEI surge, então, para estabelecer um regime jurídico específico para os profissionais que atuavam por conta própria ou que queriam iniciar sendo reconhecidos como pequenos empresários, exercendo as atividades de

<<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2008-12-01%202022-02-14&geo=BR&q=Microempreendedor%20individual>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

³² Os dados são de 1º de janeiro de 2008 a 14 de fevereiro de 2022.

³³ Os números representam o interesse de pesquisa relativo ao ponto mais alto no gráfico de uma determinada região em um dado período. Um valor de 100 representa o pico de popularidade de um termo. Um valor de 50 significa que o termo teve metade da popularidade. Uma pontuação de 0 significa que não havia dados suficientes sobre o termo.

³⁴ Total de Empresas Optantes no SIMEI em Julho/2009, por Mês/Dia. Disponível em: <<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/relatorioMesDia.jsf>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

³⁵ Total de Empresas Optantes no SIMEI em Fevereiro/2022, por Mês/Dia. Disponível em: <<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/relatorioMesDia.jsf>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

³⁶ G1. “Brasil tem recorde na abertura de novos MEIs e ultrapassa 11 milhões, diz Sebrae”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/01/28/brasil-tem-recorde-na-abertura-de-novos-meis-e-ultrapassa-11-milhoes-diz-sebrae.ghtml>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

maneira regularizada devido ao mecanismo de formalização do trabalho informal - um processo realizado de modo “simples, rápido e gratuito”.

Essa descrição está presente no *Guia Completo do Microempreendedor Individual - com alterações da Lei Geral*³⁷, elaborado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Bahia (Sebrae/BA), com o objetivo de “esclarecer, tirar dúvidas e dar dicas importantes sobre como ser um MEI”.

O Guia lista os benefícios que o próprio microempreendedor passou a contar, como a aposentadoria, o auxílio-doença, o salário-maternidade, assim como a família do microempreendedor, com direito à pensão por morte e auxílio reclusão; e também a própria empresa, que, de posse de um CNPJ que dá maior credibilidade ao negócio, pode contratar um funcionário, é desobrigada da escrituração fiscal e contábil e isenta do pagamento de tributos federais. As vantagens de se inscrever nessa categoria defrontam-se, porém, no que podemos chamar de mecanismo de *fetichismo empresarial* - questão a ser melhor desenvolvida a partir da análise da *sequência discursiva* 5 (SD 5), extraída do Guia elaborado pelo Sebrae/BA.

SD 5 - O fato de um microempreendedor não contar com toda a formalidade contábil, **no entanto**, não significa que não **deve** manter uma boa **organização** com relação ao faturamento. A **organização**, além de ser essencial para que o seu negócio possa crescer de forma **saudável**, o Microempreendedor Individual anualmente **deve** declarar o seu faturamento no início do ano seguinte, com data limite o mês de maio (grifos nossos) [Trecho do Guia Completo do Microempreendedor Individual - com alterações da Lei Gera, elaborado pelo Sebrae/BA].

Para entender a SD 5, retoma-se Marx (1996), que conceituou o *fetichismo* como um caráter misterioso que o produto do trabalho apresenta no capitalismo. O autor de *O Capital* entendeu que esse é um termo obscurecido e explora o ser humano sob o domínio ideológico, reféns do próprio *fetichismo da mercadoria*³⁸. Por esta definição, as relações sociais envolvidas na produção são percebidas não como

³⁷ SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA BAHIA (SEBRAE BA, 2017). “Guia Completo do Microempreendedor Individual - com alterações da Lei Geral”. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/artigos/e-book-como-elaborar-pesquisa-de-mercado,1f0f201221455510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 17 jun. 2021.

³⁸ Marx (1996) desvendou o caráter “misterioso da mercadoria”, através do conceito de *fetichismo da mercadoria*, sob o ponto de vista da teoria do valor.

relações entre as pessoas, mas como as relações econômicas entre o dinheiro e as *commodities* negociadas no mercado. Sendo assim, o *fetichismo da mercadoria* transforma os aspectos subjetivos (abstração de valor econômico) em objetivos (coisas reais que as pessoas acreditam ter valor intrínseco). Pode-se melhor compreender a percepção de Marx sobre o *fetichismo* acerca das

[...] relações humanas por trás das relações entre as coisas, revelando a ilusão da consciência humana que se origina da economia mercantil e atribui às coisas características que têm sua origem nas relações sociais entre as pessoas no processo de produção. (RUBIN, 1987, p.19).

Como tudo necessariamente vira fetiche, falamos de *fetichismo empresarial*. Agora, o caráter social das relações de trabalho na empresa formada por um único indivíduo é obscurecido e explora o sujeito-empresa sob o domínio ideológico, reféns do próprio *fetichismo empresarial*. Tal mecanismo significa que o sujeito se posiciona no discurso do mercado como empresário/empreendedor, que, além dos benefícios da categoria, tem obrigações (“deve”), que não são apenas restritas ao âmbito contábil, mas, antes, da “organização” de toda empresa.

“No entanto” - é quando se expressam as contrariedades da sociedade moderna na SD 5 -, como o microempreendedor pode garantir a “saúde” do negócio (e de si mesmo) e ainda se manter na concorrência do mercado, como um “trabalhador por conta própria”? Afinal, as vantagens de entrar no mundo empresarial são muitas. Porém, os microempreendedores seguem isolados no governo de seus pequenos negócios. É quando o *fetichismo* e a teoria da alienação, em Marx, são identificadas nas perspectivas da sociedade empresarial.

O *fetichismo empresarial*, destarte, é uma relação social entre sujeitos, mediada por empresas. O resultado é a aparência de uma relação direta entre as empresas e não entre os sujeitos. Os sujeitos agem como empresas e as empresas, como sujeitos. Por isso que, como enuncia Von Mises (apud DARDOT e LAVAL, 2016, p. 139), “em toda economia real e viva, todo ator é sempre empreendedor”³⁹ e esse agente empreendedor é potencialmente qualquer sujeito econômico, a exemplo do Microempreendedor Individual - o qual está presente, além de na legislação brasileira,

³⁹ O trecho pode ser encontrado em Ludwig von Mises citado em Israel Kirzner, *The Meaning of Market Process: Essays in the Development of Modern Austrian Economics* (Londres, Routledge, 1992, p. 30).

no discurso governamental, como se pode observar na *sequência discursiva* 6 (SD 6), extraída da página inicial do Portal do Empreendedor⁴⁰, do governo federal, que responde ao título “Quero ser MEI”.

SD 6 - O MEI é uma **pessoa jurídica sem complicações** e com **diversos benefícios** para o **cidadão** empreendedor (grifos nossos) [Trecho do site do Portal do Empreendedor].

O discurso governamental apresenta um efeito de ideologia. Ele realça o efeito da positividade do que é ser um Microempreendedor Individual e isso acontece pelo sentido de poder que o sujeito trabalhador conquista ao tornar-se MEI, isto é, uma “pessoa jurídica” significa fazer parte da concorrência na sociedade de mercado, conquistar os “benefícios” de quem dela faz parte e com o diferencial de não ser afetado pela burocracia das grandes empresas - tudo acontece “sem complicações”. Desse modo, o “cidadão empreendedor” é humanizado pelo discurso do governo, assim como também se cria um ambiente contraditoriamente proveitoso para todos os participantes do mercado.

Na SD 6, identifica-se ainda a relação entre o poder do governo federal e as atividades econômicas, que, como nos lembra Foucault (2008), no passado limitou a soberania do poder do soberano a tudo que não fosse o mercado. Representante do poder político do Estado, a interferência do soberano poderia destruir a economia de mercado e arruinar a prosperidade, alterando a informação transmitida pelo mercado.

Em sentidos contrários, o processo negativo do Estado cria seres assistidos e o processo de mercado, empreendedores criativos. Parece não haver meio-termo: ou democracia do consumidor ou ditadura do Estado. O problema é que o espaço de soberania é habitado ou povoado por sujeitos econômicos. Foi preciso, logo, dar ao soberano uma realidade nova sobre a qual se exercerá a arte de governar: a sociedade civil.

O homo oeconomicus e a sociedade civil são portanto dois elementos indis[soci]áveis. O homo oeconomicus é, digamos, o ponto abstrato, ideal e puramente econômico que povoa a realidade densa, plena e complexa da sociedade civil. Ou ainda: a sociedade civil é o conjunto

⁴⁰ GOVERNO FEDERAL - EMPREENDEDOR. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>>. Acesso em: 22 jun. 2021.

concreto no interior do qual é preciso recolocar esses pontos ideais que são os homens econômicos, para poder administrá-los convenientemente. Logo, *homo oeconomicus* e sociedade civil fazem parte do mesmo conjunto, o conjunto da tecnologia da governamentalidade liberal. (FOUCAULT, 2008, p. 403).

Nessa linha de raciocínio, Foucault observa que “o vínculo econômico [que] surge na sociedade civil, só é possível por meio [dela], une-a de certo modo, mas a desfaz pela outra ponta” (idem, *ibidem*, p. 411). Ou seja, “quanto mais se vai no sentido de um estado econômico, mais paradoxalmente o vínculo constitutivo da sociedade civil se desfaz e mais o homem é isolado pelo vínculo econômico que tem com todo o mundo e qualquer um” (id., *ib.*, p. 412), tornando-se o que se entende hoje como um “trabalhador por conta própria”.

Em se tratando dos vínculos econômicos dos indivíduos, há uma questão central que diz respeito ao lugar de poder que os sujeitos ocupam: “Uns vão dar sua opinião. Outros vão dar ordens. Uns vão refletir, outros vão obedecer” (FOUCAULT, 2008, p. 413). Nessa disputa por lugares de poder, o desequilíbrio vai ser introduzido, principalmente pelo próprio fato da mecânica econômica que caracteriza o liberalismo: a “arte de governar no comportamento racional dos que são governados” (FOUCAULT, 2008, p. 423).

Desse modo, o neoliberalismo se apresenta pelo discurso de promessa da liberdade, a qual é construída como crítica à alienação que sustenta a restrição da liberdade individual. Sendo assim, entende-se que a liberdade individual de escolha, como a de ser um microempreendedor, representa uma pretensa superioridade do mercado, que se deve justamente ao fato de ele poder prescindir de qualquer tipo de controle - como o de pensar, o de sentir e o de agir.

Se existe um novo sujeito, ele deve ser distinguido nas práticas discursivas e institucionais que, no fim do século XX, engendraram a figura do homem-empresa ou do “sujeito empresarial”⁴¹, favorecendo a instauração de uma rede de sanções, estímulos e comprometimentos que tem o efeito de produzir funcionamentos psíquicos de um novo tipo. Alcançar o objetivo de reorganizar completamente a sociedade, as empresas e as instituições pela multiplicação e pela intensificação dos mecanismos, das relações e dos comportamentos de mercado implica necessariamente um devir-outro dos sujeitos. (DARDOT, LAVAL, 2014, p. 317).

⁴¹ É daqui que vem a expressão “sujeito empresarial” ou, de forma similar, “sujeito empreendedor” e “sujeito-empresa”, adotada no estudo numa perspectiva discursiva.

Pensar num “devir-outro”, isto é, na possibilidade de um futuro com um outro sujeito não é possível dentro de um regime do capital, no qual o sujeito deve estar preparado para ser competitivo e inteiramente imerso na concorrência mundial. Afinal, se o sujeito empresarial tem a ilusão de poder prescindir de qualquer tipo de controle, sendo ele controlado pelos ditames do mercado, as subjetividades da crise - *a dívida, a mídia, o medo e a despotencialização política* -, que marcam as diferenças sociais inerentes ao regime liberal, tornam-se uma nova forma de controlá-lo.

O *endividado* é a primeira figura subjetiva da crise⁴² que, segundo Negri e Hardt (2014), foi produzido pela hegemonia das finanças e dos bancos, pois os empréstimos se tornaram o principal meio de satisfazer as necessidades sociais. Sendo assim, a dívida se torna uma forma de controle que dita os ritmos e escolhas de trabalho: “Se você terminar o curso superior endividado, deverá aceitar o primeiro emprego oferecido a fim de honrar sua dívida. Se comprar um apartamento hipotecado, não deverá perder seu emprego, tirar férias, nem pensar em deixar o trabalho” (NEGRI, HARDT, 2014, p. 22). A dívida exerce, então, um poder moral cujas armas são a responsabilidade e a culpa, que remete ao discurso religioso: “Você é responsável por suas dívidas e se culpa pelas dificuldades que elas criaram em sua vida” (NEGRI, HARDT, 2014, p. 23).

Pode-se identificar o sujeito em situação de endividamento na publicidade produzida pelo Programa de Financiamento Estudantil (FIES) - originalmente chamado de Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior. O programa foi criado pelo Ministério da Educação do Brasil em 1999, destinado a financiar a graduação na educação superior de estudantes matriculados em instituições não gratuitas. Com o título “Com o FIES dá”, o *folder* publicitário está disponível para download no site oficial do FIES⁴³, em duas versões (para “aluno” e para “instituição”),

⁴² Negri e Hardt (2014) apresentam essas figuras tipológicas com o intuito de as figuras subjetivas com o intuito de conseguir exprimir um objeto de estudo pouco palpável, como é o caso de uma crise. Uma figura expressa uma forma de conteúdo que permite dar corpo a um conceito, conotando ações, modos de vida, produções de discursos, problemas sociais, educativos e sintomas psíquicos sentidos coletivamente. A figura dá uma espécie de “cara” para traços discerníveis dentro de modos de vida hegemônicos. Um modo de vida em crise implica uma série de figuras, pois sua crise coleciona diversos indícios, em uma relação de causas complexas demais para serem dissociadas. Tratando da atualidade e traçando um plano funcional pensado em termos referenciais, tais figuras são estudadas como tipos psicossociais, sendo sua forma expressa na reunião sintomática de vetores de subjetivação, sendo esses vetores dados a ver em um conceito passível de personificação.

⁴³ FIES - Programa de Financiamento Estudantil. Disponível em: <<http://sisfiesportal.mec.gov.br/index.php?pagina=publicidade>>. Acesso em: 17 jun. 2021.

cujas diferenças são apresentadas a partir da análise das sequências discursivas a seguir.

SD 7 - Quem tem um **sonho** e **precisa** de uma força para estudar **merece** o nosso **crédito** (grifos nossos) [Folder publicado no site do FIES destinado aos estudantes].

SD 8 - **Participe** do FIES. É **bom** para as instituições, que podem oferecer novas **oportunidades** de crédito estudantil. É **bom** para os alunos, que podem financiar o curso superior com condições bastante **favoráveis** (grifos nossos) [Folder publicado no site do FIES destinado a IES privadas].

O título “Com o FIES dá” está presente na capa de ambos os folders. Na frase, o verbo “dar” atua como intransitivo e tem o sentido de estar em funcionamento, ou seja, “com o FIES funciona”, tanto para os alunos quanto para as instituições privadas de ensino superior. Essa relação junto aos alunos e às instituições é fortalecida pela preposição “com”, que exerce um papel de “companhia” entre as partes envolvidas ou mesmo de “adição” aos sujeitos do discurso, ou ainda de “modo”, “meio” como essa atuação do FIES acontece.

No caso do *folder* destinado aos alunos, o vínculo entre o governo e o estudante é estabelecido pelo *efeito de sentido* que a palavra “sonho” estabelece no discurso. Os mecanismos discursivos de convencimento “incluem” os alunos no ensino superior, que passam a ocupar a posição de agentes “participativos” em razão do efeito de fortalecimento proveniente do acesso à educação. São os efeitos de mudanças caracterizadas pela vontade dos sujeitos de conquistarem o seu sonho ou o seu lugar na sociedade empresarial, por meio da formação no ensino superior.

No entanto, o discurso do governo simula a conquista do sonho (desejo), especificamente quando estabelece relações entre o “merecer” e o “precisar”, entre o “ser digno de” e o “carecer de”. É no entremeio dessa falta que o estudante tem a ilusão do merecimento, de uma possibilidade de mudança com a entrada na educação superior, quando, na verdade, ele é levado a se tornar endividado (“crédito”) e isso acontece pela “força” do governo, a qual apresenta uma aparência positiva (no sentido de “dar uma força”) e uma essência negativa (no sentido de “forçar a”).

Pode-se identificar essa simulação do discurso do governo nos pormenores do *folder*, em que é explicado quem pode solicitar o financiamento e quais são as

condições. Neste momento, aparecem elementos do saber financeiro, ou melhor, do endividado, tais como: “financiamento”, “inadimplente”, “taxa de juros”, “saldo devedor”, “período de carência”, “quitar a sua dívida”, “exigência de fiador”, entre outras, que reforçam a relação de dependência do estudante que “precisa” do governo para a conquista do sonho, ao mesmo tempo em que encontra como caminho para a sua realização o endividamento com o crédito estudantil.

Ratifica-se que a educação na perspectiva do capital/mercado é um grande projeto de assujeitamento, como dito anteriormente: o estudante tem a possibilidade de se formar, tem o dinheiro para financiar a graduação e tem um prazo para pagar a formação. Esse é também um grande projeto de afetividade, isto é, o sujeito é afetado pela ilusão de que vai se formar e ficar livre. No entanto, ele vai se aprisionar ao cadastro de endividados decorrente do investimento do governo em faculdades particulares.

Depreende-se, assim, que, há um chamamento do governo às instituições privadas de ensino (“participe”), que estabelece a união entre a política e a economia no campo da educação. Com o objetivo de ampliar cada vez mais o acesso ao ensino superior, a adesão das mantenedoras de instituições ao FIES apresenta-se como uma “boa oportunidade” para o mercado: converter a matrícula dos novos alunos-clientes em lucro. Inclusive, a adesão é aberta de forma contínua, o que permite ser realizada em qualquer período do ano.

Já para os alunos, o financiamento parece ser um “mau” negócio com condições “bastante desfavoráveis”, numa contradição que é própria do *discurso do mercado*. Isso porque o que aparenta ser uma condição favorável para o estudante (maior prazo para quitar a dívida) parece ser mais proveitoso para o mercado, que manterá o aluno no cadastro de endividados por mais tempo, visto que, após o período de carência, o estudante passa a ter três vezes o período financiado do curso, acrescido de 12 meses, para quitar sua dívida com o fundo.

Assim, o estudante que financiou o curso com duração de quatro anos agora terá 13 anos para quitar a sua dívida. Nessa relação de devedor-credor, na qual o aluno-cliente é o devedor e o governo/faculdade privada é o credor, os endividados “produzem, mas trabalham para pagar suas dívidas, pelas quais são responsáveis porque consomem” (NEGRI, HARDT, 2014, p.25).

Outrora, havia uma massa de **trabalhadores assalariados**; hoje, há uma multidão de **trabalhadores precarizados**. Os primeiros eram explorados pelo capital, mas a exploração era mascarada pelo mito de uma troca livre e igual entre os proprietários dos bens. Os segundos continuam a ser explorados, mas a imagem dominante de sua relação com o capital configura-se não mais como uma relação igual de troca, e sim como uma relação hierárquica entre devedor e credor. (NEGRI, HARDT, 2014, p. 23-24, grifos nossos).

Observa-se que os autores utilizam a expressão “trabalhadores assalariados” para se referir ao vínculo de trabalho na forma de emprego. Distinguindo-se dos autores, entende-se que o trabalhador continua assalariado, mesmo de forma precarizada, visto que ele sempre pagou seu próprio salário. Afinal, não existe capitalismo sem trabalho assalariado. O que acontece é que o trabalho assalariado se deslocou de uma posição para outra: dos direitos trabalhistas da CLT para a precarização do trabalho informal, autônomo, MEI.

Vale dizer, portanto, que o que mudou foi o padrão, já que o sujeito-empresa tem de extrair da sua produção a mais-valia para pagar o seu próprio salário. Está-se diante, pois, de formas de expropriação de trabalho e da necessidade de buscar nas relações informais de trabalho a produção de riqueza, que contribui para o fortalecimento do capital.

À essa relação de trabalhador/capital foi acrescido o vínculo de devedor/credor, no qual o processo de exploração é ainda maior: o capital se afasta da cena de exploração na fábrica (visto que agora a sociedade se tornou a própria fábrica) e os trabalhadores geram riqueza de maneira mais autônoma, isto é, enquanto empreendedores. Essa transição, da exploração à dívida, corresponde à transformação da produção baseada no lucro a uma ordem baseada na renda e, assim, o endividamento marca um retorno às relações de servidão.

Nesse contexto, Negri e Hardt (2014, p. 27) defendem que “o devedor está preso por cadeias invisíveis, que devem ser reconhecidas, compreendidas e quebradas a fim de se tornar livre”. Desse modo, a dívida se reforça no papel de uma arma para manter e controlar a relação de produção e de exploração. Baseada na dívida, a exploração começa como coerção externa e se torna dívida interior moral.

Ainda no que concerne as *sequências discursivas 7 e 8*, vê-se que há um funcionamento de um não dito que, do ponto de vista de classe social, “joga” com a impossibilidade de estratos da classe trabalhadora arcarem com os custos do ensino superior. Nesse sentido, põe-se uma pergunta do ponto de vista das instituições: o

salário que você recebe “dá para pagar” um curso superior para seu filho? Do ponto de vista dos trabalhadores, responde-se: “não dá”. É por tal motivo que o Estado aparece na mediação entre instituições e trabalhadores, enunciando: e enuncia: “Com o FIES dá”.

A segunda figura subjetiva da crise, o *mediatizado*, foi criada pelo controle das informações e das redes de comunicação. O problema em questão não está em limitar o acesso à informação, e sim, no excesso de formas de comunicação e expressão. Ou seja, nas práticas discursivas, a qualidade da informação, comunicação e expressão se dispersa na quantidade.

É importante a observação dos autores Negri e Hardt sobre que, se por um lado, a mídia e as tecnologias de comunicação são centrais para todos os tipos de práticas produtivas; por outro lado, muitos trabalhadores têm a impressão de que a comunicação e, principalmente, a rede social digital, libertam-nos dos empregos, enquanto, na verdade, estão acorrentados a eles: basta uma conexão com a internet e um *smartphone* para o indivíduo ir a qualquer lugar e continuar trabalhando.

Desse modo, o *mediatizado* é um sujeito constantemente atento; integrado a esses sistemas midiáticos, mas também empobrecido por eles. Logo, a mediatização se configura como o fator principal das divisões cada vez mais indistintas entre trabalho e vida. Ou seja, as mudanças no trabalho interferem em novas condições de vida, de modo que há uma dependência cada vez maior. O sujeito está com a vida subsumida ao trabalho.

Negri e Hardt (2014) anunciam que a terceira figura subjetiva da crise, o *securitizado*, foi construído pelo regime de segurança e pelo estado generalizado de exceção: “uma figura oprimida pelo medo e sequiosa de proteção” (p. 23). Ao observar como são inúmeras as informações produzidas a respeito de cada indivíduo, os autores identificaram que as tecnologias de segurança se tornaram meios para investigar a sociedade, de modo que os sujeitos livres são tratados como presidiários a céu aberto.

Consoante Negri e Hardt (idem, pp. 37-38), “a crescente precariedade, flexibilidade e mobilidade dos trabalhadores requeridas pela economia neoliberal sinalizam uma nova fase da acumulação primitiva⁴⁴, em que diversos estratos de populações excedentes são criados” (idem, ibidem). Em razão disso, “se deixados ao

⁴⁴ Acumulação primitiva é um conceito criado por Karl Marx, em *O Capital*, para descrever a gênese histórica do capitalismo.

deus-dará, os pobres desempregados e subempregados podem, da perspectiva das forças da ordem, constituir classes perigosas” (*op. cit.*).

Para o funcionamento de vigilância voluntário, os autores defendem que o medo é a motivação para o *securitizado* aceitar o papel duplo de vigia e vigiado: “O securitizado vive com medo em relação a uma combinação de punições e ameaças externas [...] O medo é um significante vazio, no qual todos os tipos de fantasmas podem aparecer” (NEGRI, HARDT, 2014, p. 38-39).

O *representado* é a quarta figura subjetiva da crise. É uma síntese de todas as outras figuras, cujo resultado é condensado na subordinação do sujeito. Os autores ressaltam que, por definição, a representação é “um mecanismo que separa a população do poder, os comandados daqueles que comandam” (NEGRI, HARDT, 2014, p. 43) e, por isso, não é um veículo da democracia de fato, mas um obstáculo para sua realização.

Nesse sentido, a representação não funciona mediante a participação efetiva da população; ao contrário, funciona para conectar o povo e depois separá-lo das estruturas de poder. Tudo isso sustentado pelo “apoio da vontade dos poderosos, dos detentores de riqueza, dos produtores de informação e dos advogados do medo, pregando superstição e violência” (idem, ibidem, p. 44).

O representado, então, como as outras figuras, é o produto da mistificação. Da mesma forma que o endividado é destituído do controle de seu poder social produtivo, da mesma forma que a inteligência, as capacidades afetivas e os poderes da invenção linguística do mediatizado são traídos; e da mesma forma que o securitizado, vivendo num mundo reduzido ao medo e terror, é despojado de toda possibilidade de troca social associativa, justa e amorosa, o representado também não tem acesso à ação política eficaz. (NEGRI, HARDT, 2014, p. 45).

No paradoxo que aqui se coloca, cabe ao *representado* estimular seus sentidos vitais e despertar seu apetite pela democracia, para não se tornar “um produto puro do poder, a casca vazia de um mecanismo de governança que não faz mais referência ao cidadão-trabalhador” (NEGRI, HARDT, 2014, p. 45), como se identificou assim ser o sujeito-empresa, diante de uma liberdade de mercado que produziu um estranho e falso mercado da liberdade.

Como se argumentou até então, isso acontece porque, ao incorporar o discurso da empresa, o sujeito empresarial precisa empreender constantemente, inclusive

empreender a si mesmo. Isto é, ele precisa investir em si para adquirir competência necessária para fazer parte desse lugar de onde fala, mas não pertence, que é o discurso do empresário. É desse modo que o sujeito-empresa se vende como mercadoria para provar que é bom, o que suscita uma discussão sobre a noção de *reconhecimento*, com fortes marcas discursivas no sujeito-empresa.

De acordo com Safatle (2016), o medo é um afeto que se apodera do indivíduo que defende, dentre seus interesses, a necessidade do *reconhecimento* para sobreviver num modelo de sociedade fundado pela lógica da concorrência. Esse indivíduo tomado pelo temor responde a sistemas políticos que produz e gerencia o medo em um discurso de liberdade individual prometida e ofertada pelo modelo neoliberal. Nesse sentido, Safatle (2016, p. 23) escreve que:

[...] demandas políticas de reconhecimento são atualmente compreendidas, em seu nível mais determinante, como demandas de constituição e reconhecimento de identidades ou, no limite, de potencialidades capazes de permitir o desenvolvimento de predições da pessoa individualizada. A predicabilidade da pessoa, que aparece então como expressão máxima da autonomia e da autenticidade dos indivíduos, é definida como uma espécie de solo pré-político para toda política possível. (SAFATLE, 2016, p. 23).

O problema desse “solo pré-político”, de acordo com Safatle (2016, p. 23), está no fato de que “pensar sujeitos a partir de sua predicabilidade, é pensá-los a partir de relações de possessão”. Por esse motivo, definir a predicação como uma forma privilegiada de *reconhecimento* significa elevar a possessão a um modo naturalizado de relações, da mesma forma como se estabelecem as relações na sociedade capitalista.

Isso porque, quando a vida social coloca em questão o modo de *reconhecimento* que determina os sujeitos como indivíduos e suas relações de possessão, pensar nos indivíduos essencialmente como uma propriedade em sua própria pessoa é pensar em propriedades que determinam, ou, ainda, é pensar em determinação por propriedade. Nessa relação, o medo tende a intervir na imagem que o sujeito constrói de sociedade como corpo paranoico, preso à lógica securitária num estado potencial de insegurança em relação às suas propriedades.

Essa pressuposição de “solo pré-político” desconsidera ainda “a força produtiva do reconhecimento daquilo que não se deixa predicar como atributo da pessoa individualizada” (SAFATLE, 2016, p. 23). Safatle dialoga com Hegel nesse ponto, que

chegou a afirmar que tratar alguém como “pessoa” era uma expressão de desprezo devido ao caráter abstrato de tal determinação, assim como se pode observar nos enunciados que circulam ainda hoje com a expressão “você sabe com quem está falando?”⁴⁵.

Isso leva o analista de discurso a buscar compreender, a partir dessa tradição dialética, as condições para a emergência de sujeitos políticos, por meio de uma política realmente transformadora que, nas palavras de Safatle (2016, p. 24), “só pode ser uma política que traga à vida social a potência de um horizonte antipredicativo e impessoal”, como apontou Marx por meio do conceito de proletariado⁴⁶. Para essa mudança, é importante lembrar a etimologia de predicar.

Vinda do latim *predicare*, que significa “proclamar, anunciar”, a predicação é aquilo que pode ser proclamado, aquilo que se submete às condições gerais da anunciação. Predicados de um sujeito são aquilo que ele, por direito, pode anunciar de si no interior de um campo no qual a universalidade genérica da pessoa saberia como ver e escutar o que lá se apresenta. (SAFATLE, 2016, p. 24).

No entanto, Safatle observa que há aquilo que não se proclama, nem se dá a ver por outra pessoa, que são as modalidades antipredicativas de *reconhecimento*, cujo desdobramento acontece por meio da reflexão tanto sobre as “relações horizontais de reconhecimento entre sujeitos”, como também sobre as “relações verticais de reconhecimento entre sujeitos e instituições” (SAFATLE, 2016, p. 26).

Porém, numa sociedade que funciona sob uma ordem que põe à prova até mesmo a necessidade de repouso do ser humano, a moeda de troca dessa relação entre indivíduo e sociedade empresarial persevera na necessidade de provar o próprio *reconhecimento*, afastando, ilusoriamente, o medo que o capitalismo insiste em incutir para exercer o controle no processo de geração da riqueza em seu benefício.

Nesse contexto, o que pretende o discurso da promessa neoliberal é que o sujeito empresarial transforme seus sonhos em realidade e que seus discursos em torno da necessidade do *reconhecimento* sejam exemplos para que outros

⁴⁵ O tema remete, dentre outros exemplos, à fala dita por uma mulher ao ser abordada junto com seu companheiro pelo coordenador de uma fiscalização contra aglomerações em bares no Rio de Janeiro, no período da pandemia do novo coronavírus: “Cidadão, não. Engenheiro civil, formado. Melhor do que você”. A fala foi reproduzida no programa *Fantástico*, da TV Globo, em 5 de julho de 2020.

⁴⁶ Safatle (2016, p. 24) ressalta que “o proletariado não é apenas um conceito sociológico que descreve determinada classe de trabalhadores”. É também “um conceito ontológico que descreve um modelo de emergência de sujeitos políticos com afetos bastantes específicos”.

empreendedores queiram realizar o seu próprio sonho. Sendo assim, o discurso do empreendedorismo funciona para naturalizar os dizeres atuais de conduta econômica maximizadora e da expropriação do trabalho.

O consentimento de o sujeito se tornar uma “empresa” é motivado também pelo tom positivo do discurso, que fortalece a noção do sujeito empresarial que vai se ver ligado a toda uma série de efeitos esperançosos pelo sentido da romantização do empreendedorismo, enquanto o caráter negativo do projeto neoliberal se propaga de maneira pouco evidente, conforme se observou nos processos de significação que sustentam a interpretação.

Destarte, a liberdade individual, enaltecida pelo *espírito empreendedor* (WEBER, 2013), é submetida às condições precarizadas de trabalho dentro da própria empresa, de modo que o empreendedor, ao tempo em que busca seu próprio reconhecimento, autoexplora-se. Nesse contexto, pensar num “devir-outro”, que prescindia de qualquer tipo de controle - como o de pensar, o de sentir e o de agir -, faz-se necessário para que o sujeito se encontre na discursividade dos afetos na perspectiva de mudança ou de transformação da realidade - que apontamos a partir de leitura discursiva dos afetos.

3 DISCURSO DOS AFETOS EM SPINOZA E EM PÊCHEUX

O sujeito que pesquisa procura não apenas conhecer os afetos, mas também pensar o sentido produzido no discurso dos afetos⁴⁷. Nesta perspectiva, podemos tratar de gestos de interpretação, já que a AD busca os sentidos produzidos no discurso. Orlandi (2015, p. 46) afirma que o sujeito, “para se constituir, para (se) produzir sentidos”, é afetado pela língua e pela história, sendo o único ser que atribui sentido. Se, no ato de pensar, o sujeito que pesquisa retira-se para um lugar no qual tem a calma e a distância suficientes para compreender, na atividade de conhecer acontecem os encontros de saberes com outros corpos e, como todo *bom-encontro*, momento quando o sujeito que pesquisa se torna mais próximo do mundo e de si mesmo, ampliando a capacidade de afetar e de ser afetado, tendo as relações a capacidade de compor a ele mesmo e de aumentar a sua capacidade de agir.

O conceito spinozano de *bom-encontro* ilustra bem como o interesse vital desta pesquisa surge de uma aproximação de autoras, separadas pelo tempo, a partir de uma mesma inquietação científica: “Por que investigo a afetividade?”⁴⁸. A interpelação, que outrora conduziu Sawaia (2000) a pensar sobre os afetos, agora também guia esta tese de doutorado, para pensar a relação entre discurso e afetividade, como também a *heterogeneidade discursiva*⁴⁹ entre o discurso do empreendedorismo e o discurso dos afetos. Se, como disse Gramsci, a revolução deve mobilizar os sentimentos da sociedade, busca-se conhecer, então, a singularidade dos afetos como dimensão fundamental para pensar discursivamente o sofrimento humano do sujeito-empresa, a fim de aprimorar a práxis emancipadora da sociedade.

É mister dizer, contudo, que esse percurso pela singularidade dos afetos e pela particularidade do discurso não acontece pelas vias do “afetivismo” - do lugar do

⁴⁷ Em *A vida do Espírito*, Hannah Arendt (2000) traça uma distinção entre o pensar e o conhecer. A autora constata que conhecimento e pensamento são duas faculdades distintas. O conhecer diz respeito à busca da verdade; e a busca de sentido é específica do pensamento.

⁴⁸ Inspirado no texto de Foucault, *Por que investigo o poder?*, a socióloga Bader Sawaia (2000) levantou a questão sobre a afetividade no memorial escrito para o concurso de promoção na carreira para a categoria Professor Titular do Departamento de Sociologia da PUC/SP, quando explicou os objetivos de seu trabalho acadêmico no período de 1990 a 2000.

⁴⁹ Segundo Cândido (2017b), o discurso híbrido, que procede da fusão de duas formações discursivas, é denominado pela AD de *heterogeneidade discursiva*, que destaca que “todo discurso é atravessado pelo discurso do outro ou por outros discursos” (FERREIRA, 2001, p. 17).

patológico, da moral e do erro; tampouco pelo pensar a afetividade como viciosa, perturbada e contrária à razão, como defendiam o estoicismo e o cristianismo; assim como também não significa uma análise dos fenômenos afetivos ou do comportamento moral, tampouco a elaboração de instrumentos de controle dos afetos. É preciso olhar para a história dos afetos a fim de recuperar o seu conceito, antes concebido pelo “caráter da negatividade, anomia inquietante que perturba a razão, de variável a ser controlada” (SAWAIA, 2000, p. 13).

Além do mais, sabe-se que as ciências, a mídia, o senso comum e as políticas sociais utilizam conceitos variados acerca dos afetos. Isso significa que a afetividade “está na moda” e responde aos anseios e sentidos da época. Por essa razão, é necessário se debruçar sobre o conceito do afeto e analisar suas práticas, como questionou Sawaia (2000, p. 12): “Democráticas ou excludentes, libertárias ou normatizadoras, fetichizadoras ou humanizadoras?”. Conhecer a singularidade dos afetos significa, sim, pensar em como atribuir à afetividade a possibilidade de se exercer uma vida afetiva como estratégia de libertação, a despeito de sua apropriação pela lógica instrumental, que mantém os sujeitos em servidão.

Para tanto, o percurso do qual se parte, tanto para o conhecimento dos afetos como para o pensamento sobre como o discurso do empreendedorismo se utiliza dos afetos como estratégia discursiva para convencer o trabalhador a se tornar “empresa”, está na identificação dos pontos de contato apanhados do pensamento de Spinoza e de Pêcheux, que vão contribuir para uma nova maneira de ler os discursos, como será explicado adiante.

Primeiramente, é preciso entender que Spinoza foi o primeiro ou o mais importante pensador a utilizar o termo afeto, anunciado na *Ética*⁵⁰: “Mas ninguém, que eu saiba, determinou a natureza e a força dos afetos nem, por outro lado, que poder tem a mente para regulá-los” (SPINOZA, 2016, p. 97; *E, III, Praef*). O pensador seiscentista é considerado “um filósofo que dispõe de um extraordinário aparelho conceitual, extremamente avançado, sistemático e sábio”, conforme descreveu

⁵⁰ Em relação à obra *Ética*, de Spinoza, e sua forma de escrita segundo o método geométrico (dividido em partes, definições, explicações, axiomas etc.), decidiu-se por padronizar as citações não apenas conforme as normas da ABNT (com ano e paginação), mas também a partir das seguintes siglas e abreviaturas, com a finalidade de tornar a referência universal, independente da edição da obra: *Ética* (*E*); as partes serão indicadas em algarismos romanos (*E, I*); as definições serão indicadas em arábicos, seguido da abreviatura (*E, I, def. 6*), assim como as explicações (*E, I, def. 3, expl.*), os axiomas (*E, II, ax. 1*), os enunciados das proposições (*E, III, P4*), as demonstrações (*E, V, dem. 24*), os corolários (*E, I, 20, cor. 1*), os escólios (*E, IV, esc. 9*), os lemas (*E, II, lem. 4*), os postulados (*E, III, post. 2*), os Prefácios das partes (*E, IV, Praef*).

Deleuze (2002, p. 134), como também é um pensador aberto a “um encontro imediato e sem preparação, tal que um não-filósofo, ou ainda alguém despojado de qualquer cultura, pode receber uma súbita iluminação, um ‘raio’” (idem, *ibidem*).

Assim como alguns pensadores⁵¹ foram duplamente tocados pela obra spinozana, buscamos fazer também a dupla leitura de sua filosofia, conforme aponta Deleuze (2002, p. 134): uma *leitura sistemática*, “à procura da ideia de conjunto e da unidade das partes”; e uma *leitura afetiva*, “sem ideia de conjunto, onde se é levado ou colocado, posto em movimento ou em repouso, agitado ou acalmado, dependendo da velocidade desta ou daquela parte”. Esses caminhos por diferentes maneiras de ler a *Ética* são importantes, afinal, estamos diante de uma obra escrita e organizada segundo o método geométrico, uma filosofia pensada e exposta com a linguagem da matemática.

O método spinozano visa garantir demonstrativamente a certeza dos resultados, embora à custa de uma leitura não especialmente fácil. Ao abordar sobre questões especulativas com o máximo de rigor do raciocínio, a filosofia spinozana é, nas palavras de Deleuze (2002, p.135), “ao mesmo tempo o conjunto contínuo das proposições, demonstrações e corolários, como o movimento grandioso dos conceitos, e o encadeamento descontínuo dos escólios, como um lançar de afetos e de pulsões, uma série de rajadas”.

Acrescenta-se, ainda, uma terceira perspectiva a esse ato de ler e refletir sobre a vida afetiva entre a servidão e a liberdade, a *leitura sintomal*, a qual é, segundo Amaral (2013), um projeto de releitura de Marx, empreendido por Althusser, que ganhou força entre os intelectuais a partir de uma “nova teoria do Ler”. Tal teoria ensaiava a interlocução com as reflexões de Lacan, que mais tarde incidiria na composição teórica da Análise de Discurso. Na *leitura sintomal*, encontra-se o caráter mais essencial do que não é visível, dado que essa leitura está para além das lacunas, sendo, assim, importante para entender o real da sociedade, que foi apagado e/ou

⁵¹ Nietzsche é um dos pensadores que revelou seu encantamento pela filosofia spinozana, numa carta enviada ao amigo Franz Overbeck, em 1881, onde fala como um filósofo, ao identificar pontos de contato entre ambos os pensadores - consideram o conhecimento como “o mais potente dos afetos” e intimamente relacionado com os impulsos que se fazem presentes no ser humano -, como também anuncia como um não filósofo, com entusiasmo e encantamento pela obra spinozana. O texto da carta pode ser lido em: CARTA DE NIETZSCHE A OVERBECK. In: MARTINS, André (Org.). **O mais potente dos afetos: Spinoza e Nietzsche**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

silenciado pelos interesses do poder, mantendo os homens numa vivência de sofrimento.

Assim, chega-se a uma nova maneira de ler os discursos. Com a proposta de uma leitura filosófica por três perspectivas, buscamos a orientação para os antagonismos retalhadores do homem tanto ao pensar sobre a vida afetiva a partir da Ciência dos Afetos quanto num exercício filosófico que consiste na *leitura sistemática* e *afetiva*, como também a partir de uma *leitura sintomal* da Análise de Discurso, com sua qualidade de revelar a compreensão da realidade e repensar seus efeitos na constituição dos sujeitos.

Se, por um lado, a proposta de união entre as leituras *sistemática*, *afetiva* e *sintomal* pode ser apresentada como um elemento novo para conhecer e pensar sobre o sentido do discurso dos afetos, por outro lado, a aproximação entre Spinoza e Pêcheux tem sido objeto de estudo de alguns pesquisadores, algo que acontece depois de anos sem ao menos haver menções explícitas à teoria de Spinoza. Apenas no fim dos anos 1960 houve uma renovação dos estudos spinozanos, em várias vertentes. Nessa perspectiva, várias escolas surgem, incluindo-se, aí, a de interpretações (MOREAU, 2011).

A partir dessas interpretações, também se pode pensar nos escritos de Pêcheux, dentre os quais se encontra *Remontemos de Foucault a Spinoza*, texto apresentado em 1977, no México, em um congresso cujo tema era *O discurso político: teoria e análises*. É sobre este texto que se argumenta adiante, com a intenção de realizar diálogos sobre alguns pontos do pensamento de Spinoza que se aproximam do pensamento de Pêcheux, respeitadas as diferenças entre as ideias do filósofo do século XVII e as do pensador contemporâneo do século XX. Nesse sentido, os pontos de contato⁵² que este estudo apresenta são:

a) Momento político: Assim como Spinoza, que se encontrava, em seu tempo e espaço, em um momento de tensão entre as correntes políticas, filosóficas e científicas, Pêcheux (1990) aponta, na apresentação do texto *Remontemos de Foucault a Spinoza*, questões de um tenso momento político, além de tratar das questões teóricas controversas que envolviam a prática da Análise de Discurso

⁵² Alguns desses pontos de aproximação foram mencionados por Larré (2014), no artigo *Diálogos Pêcheux-Spinoza: compreendendo alguns conceitos da Análise do Discurso de linha francesa* e por demais autores que são também referenciados no decorrer do texto.

(LARRÉ, 2014).

b) Teoria e prática: Dentre os alvos de Pêcheux, no congresso em que se discutia a crise da esquerda e os (des)caminhos da política, estavam as “filosofias espontâneas da linguística” (GREGOLIN, 2003). A principal questão de Pêcheux (1990), no início da conferência, é ter a certeza de que, com a Análise de Discurso, não se está mais uma vez na presença de algo que, no campo particular da linguagem, seja uma dialética totalmente universitária de produzir sua própria matéria. A preocupação de Pêcheux se faz, novamente, de acordo com o que o pensamento spinozano possui de mais característico: que teoria e práticas ideológicas (ou políticas) não podem – nem devem – ser tomadas separadamente, como faziam – e fazem – os cartesianos. Segundo Pêcheux, uma certa maneira de trabalhar textos está intimamente ligada a uma certa forma de fazer política.

c) Política: Ao realizar o paralelo na leitura de Spinoza (*Tratado Teológico-Político*) e Foucault (*Arqueologia do Saber*), Pêcheux (1990) deseja exibir modos diversos de fazer política, dentro do pensar teórico. Gregolin (2003) diz que, ao fazer uma leitura comparativa entre Spinoza e Foucault, Pêcheux evidencia que os pensadores coincidem em diversos momentos, apesar das diferenças temporais, no que se relaciona “à visão teórica sobre o funcionamento dos enunciados” (GREGOLIN, 2003, p. 2). No entanto, no que se refere ao político, existe nos dois uma diferença fundamental: enquanto em Spinoza é possível perceber uma elaboração da contradição que diz respeito à luta ideológica que ele fazia contra a religião (o que leva a uma aproximação com Pêcheux), Foucault, “colocando-se ‘à distância’ da luta política, constrói um ‘marxismo paralelo’ que o leva a denegar a luta de classes e, conseqüentemente, a colocar-se, politicamente, no interior do reformismo” (idem, p. 3)⁵³. Por essas e outras diferenças, Pêcheux (1990, p. 255) concluiu que “Spinoza avança lá onde Foucault permanece, hoje em dia, um pouco bloqueado”.

d) Discurso: Ao se referir a Spinoza, Pêcheux (1990) mostra como o filósofo seiscentista se relaciona com a Linguística: no *Tratado Teológico-Político*, Spinoza

⁵³ Gregolin (2003) descreve que Pêcheux, um marxista althusseriano, aproxima-se de Spinoza para criticar (politicamente) Foucault, um “marxista paralelo”. É importante ressaltar que a relação – teórica e política – entre Michel Pêcheux e Michel Foucault nunca foi tranquila: havia, entre eles, enormes diferenças na leitura da obra de Marx.

trabalha o tema da exegese dos textos sagrados para observar o que se alterou em seu primeiro sentido, com fins de perceber no que interferiu o Aparelho Religioso. Uma das maiores preocupações de Spinoza foi a de compreender as questões que se referiam ao discurso do texto bíblico, para, enfim, obter respostas sobre as entrelinhas deste texto que mobiliza tantas sociedades. Spinoza, então, verifica as causas que permitem que um pensamento seja modificado a partir da alteração do sentido de um discurso, para que uma outra interpretação seja obtida. Pêcheux (1990) observa que esse movimento de Spinoza o conduziu a distinguir língua e discurso, na terminologia de seu tempo.

e) Contradição: Pêcheux (1990) conclui, do trabalho de Spinoza em interpretar o texto bíblico, que o discurso religioso não pode ser considerado como um bloco homogêneo, idêntico a si mesmo, com seu núcleo, sua essência, sua forma típica. Esta noção é fundamental para a Análise de Discurso, em que o ponto de interesse sobre a ideologia não se encontra nos pontos em que ela tem em comum, internamente, mas nos seus pontos de contradição. Larré (2014, p.7) defende que, “mesmo que Spinoza não mencione a contradição como componente para sua investigação sobre os textos bíblicos, Pêcheux chama a atenção para o fato de que em sua prática política Spinoza opera com a contradição como categoria”. Para Souza (2003, p. 1), “Pêcheux remonta de Espinosa uma prática política que submete a ideologia na qual nos constituímos como sujeitos [...] a um tratamento heterogêneo e contraditório, o que se observa não na formulação de uma teoria da contradição”, mas que Pêcheux chama de “um trabalho espontâneo da contradição” (SOUZA, 2003, p. 1).

f) Ideologia: A busca de uma totalidade que demonstre que a linguagem e a ideologia formam linhas quase paralelas que vão se encontrando e que se fundem no percurso teórico de modo a constituir objetos é uma das grandes preocupações de Pêcheux em toda a sua trajetória (DORNELE, 2007). Desse modo, ele encontra em Spinoza uma filiação filosófica que se adéqua a este pensamento diverso do pensamento positivista, dualista. Era uma tentativa incansável de Pêcheux encontrar, através da teorização, a presença do ideológico em todas as ciências. Spinoza, então, faz esse questionamento no interior de sua própria doutrina religiosa e é nesse questionamento que Pêcheux enxerga o ideológico atuando, mesmo que não esteja explicitado por

Spinoza no *Tratado Teológico-Político*.

g) Marxismo: No século XIX, Marx e Engels leem Spinoza de modo esquemático, trazendo-o para seus pensamentos marxistas. Mas, de acordo com Moreau (2011), foi Engels o responsável por definir Spinoza como um “esplêndido representante da dialética” (MOREAU, 2011, p. 519): “Desde então, Spinoza reapareceria em intervalos regulares na história do marxismo, especialmente em momentos de crise, em que ele geralmente serviu para revelar os conflitos entre várias tendências” (idem). Somado a isso, Spinoza sustentou pensamentos fundamentais para o século XVII e para os séculos seguintes, sendo posteriormente adotado pelos marxistas como um visionário precursor do materialismo histórico, o qual Pêcheux toma como fundamento para a Análise de Discurso, constituída por três domínios disciplinares: a Linguística, o Marxismo e a Psicanálise.

Essa breve proposta de diálogo teórico, frente a dois pensadores tão desafiadores, é possível por dois motivos: Spinoza criou um sistema filosófico que fala ao tempo presente; e devido ao texto *Remontemos de Foucault a Spinoza*, cujo título remete muito mais a uma coincidência singular entre Pêcheux e Spinoza do que entre este e Foucault. Na conferência em que este texto foi apresentado, Pêcheux, afetado pelas condições exteriores que o levam a expressar um pensamento vinculando Foucault e Spinoza, acaba criando as bases de um saber sobre a língua e a ideologia, e, conseqüentemente, sobre o discurso e o sujeito.

Ao voltar a Spinoza, Pêcheux não reivindica coerência, mas acentua a contradição que marca o sujeito se fazendo entre uma prática e outra: a política e a universitária. Para isso, ele remonta ao componente próprio da prática política tal como foi elaborado no pensamento que se insinua na prática política de Spinoza, ou seja, o componente da *contradição*.

O que se remonta de Spinoza em Pêcheux é um pensamento sobre a língua, o discurso e a ideologia que aponta a maneira como o sentido e o sujeito se constituem na relação com o não sentido. Tal diálogo teórico é importante pelo fato de auxiliar a melhor compreender as questões de interesse da Análise de Discurso em Pêcheux, no que tange aos aspectos de ordem linguístico-discursiva dos afetos que contam com a contribuição de Spinoza, na perspectiva de uma *leitura sistemática, afetiva e sintomal* do discurso do empreendedorismo.

3.1 Spinoza: O conhecimento como o mais potente dos afetos

O percurso do qual se parte para o conhecimento dos afetos é apontado pela *Ética*, obra magna de Spinoza, que germina na busca de uma ética da alegria, do contentamento intelectual e da liberdade individual e política, bem como em se esforçar para que muitos também a adquiram, pois a felicidade é compartilhar com os outros a fruição do bem, uma ideia que foi inicialmente escrita no *Tratado Teológico-Político*.

Na obra, observa-se, ainda, a proposta spinozana acerca do desejo de ser feliz em lugar da renúncia, porque a ética só pode ser experimentada se for sentida como felicidade, e não como conformismo à imposição de fora. A alegria é ética porque aumenta o único fundamento da virtude, que é a capacidade de ação em prol da manutenção e da expansão do próprio ser, isto é, da liberdade. Nas palavras de Sawaia (2000, p. 14), unir afeto à ética significa

[...] explicitar a preocupação com a virtude como dimensão da verdade, e uni-lo à política, é salientar a preocupação com a justiça e o poder. Porém, é preciso esclarecer que esta junção não pode recorrer a colas gramaticais como o hífen, para unir artificialmente instâncias distintas. Esta junção deve ser ontológica, de forma a revolucionar as concepções cindidas e as que colocam a explicação do sujeito a reboque da sociedade, e assim acenar com a possibilidade de se tomar decisões éticas sem um código rígido ou um juiz implacável. Uma ontologia que permita rebater a célebre frase de Dostoiévski: "Se Deus está morto, tudo é permitido", pois considera que o componente universal dos direitos humanos não é transcendente, mas imanente ao sujeito. Esta ontologia nos é oferecida por Espinosa.

Essa maneira pela qual cada um constrói a si mesmo como sujeito, isto é, a ética, é a verdadeira entrada na filosofia moderna, quando Spinoza subverte a dupla tradição da transcendência teológico-religiosa e da normatividade moral, para então apresentar a ideia da imanência como o único meio de viver plenamente, encontrar seus caminhos internos, suas dobras e protuberâncias, sem perder-se em fins exteriores. O spinozismo é uma filosofia da imanência porque suprime do espectro do real toda transcendência, a qual é considerada um campo dos valores externos, em que não se consegue agir e fica-se ao acaso dos encontros.

Já no campo da imanência, tem-se a compreensão do modo de existência e o quanto se consegue ser forte para organizar os encontros de modo a aumentar a potência de cada um. Como Chauí (2011) destaca, é fundamental compreender o movimento da tradição filosófica (a transcendência) para a filosofia da imanência em Spinoza:

[...] da transcendência teológico-metafísica ameaçadora, fundada na ideia de culpa originária e na imagem de um Deus juiz; e a da normatividade moral, é fundada na heteronímia do agente, uma vez que este, para ser moralmente virtuoso, deve submeter-se a fins e valores externos não definidos por ele. [...] Nas duas tradições, o corpo é tido como a causa das paixões da alma e estas são consideradas vícios em que caímos por nossa culpa, desobedecendo a vontade de Deus (na tradição teológico-metafísica) ou contrariando as leis da Natureza (na tradição da normatividade moral). A ética espinosana subverte essa dupla tradição porque sua viga mestra é a ideia de que o homem é efeito imanente da atividade de uma potência absolutamente infinita, Deus, que engendra a Natureza sem separar-se dela. (CHAUÍ, 2011, pp. 68-69).

A filosofia imanente de Spinoza convida para um itinerário ético, um percurso de conhecimento que, em simultâneo, toma a afetividade humana como objeto e pretende transformá-la, ou ao menos viver de outra maneira, para viver verdadeiramente. Mas, como buscar nos afetos o conhecimento?⁵⁴ A intenção de Spinoza é precisa: entender a maneira como os afetos nascem, concatenam-se e circulam em nós e na sociedade, uma vez que os afetos fazem parte da natureza humana.

Para isso, a teoria dos afetos é essencial para o projeto ético de Spinoza, que envolve entender os afetos para cada vez mais utilizá-los de forma a tornar-se mais potente: aumentar a potência de sentir para também aumentar a capacidade de pensar. Por isso, os sujeitos não poderiam ser, como pensam alguns, como cabeças flutuantes ou almas incorpóreas. Precisam, sim, ocupar a posição de conhecer a vida afetiva para compreender que são a união do corpo e da mente. Afinal, sentir e pensar sobre o que sente é uma libertação.

Começamos, assim, a entender com Spinoza que, na relação entre corpo e mente, o corpo é uma singularidade dinâmica e intercorpórea. De um lado, ele é a união de corpos que o constituem internamente; do outro, sua vida se realiza na

⁵⁴ No artigo *Conhecimento e afetividade em Spinoza*, Sévérac (2009) desenvolve sobre o problema do conhecimento *pela* afetividade, *na* afetividade e *da* afetividade.

coexistência com outros corpos externos, dos quais ele precisa tanto para a conservação, a regeneração e a transformação de si mesmo, quanto ele próprio é necessário para essa relação com outros corpos. Nos dizeres de Chauí (2011, p. 73), “um corpo humano é tanto mais forte, mais potente, mais apto à conservação, à regeneração e à transformação, quanto mais ricas e complexas forem suas relações com outros corpos”.

Já a mente é uma potência pensante. Mas, o que é pensar? Segundo Chauí (2011, p. 77), “é afirmar ou negar alguma coisa, afirmando ou negando sua ideia. É ter consciência de alguma coisa e ser consciente de alguma coisa”. Isso significa que é da natureza da mente estar ligada a seu objeto (o corpo), cuja existência atual constitui a mente humana e a atividade de pensá-lo.

A mente é, nas palavras de Chauí, consciente das atividades de seu corpo e consciente dessa consciência, ou seja, “a mente humana reconhece seu corpo próprio no objeto atual que a constitui e nesse conhecimento reconhece a si mesma como ato de pensá-lo e de pensar-se” (CHAUÍ, 2011, p. 79). A filósofa complementa, então, que “a ligação entre a mente e o corpo não é algo que *acontece* a ambos, mas é o que ambos *são* quando são corpo e mente *humanos*” (idem, *ibidem*; grifos da autora), conforme descreve a *Ética*:

Sem dúvida, tudo isso mostra claramente que tanto a decisão da mente, quanto o apetite e a determinação do corpo são, por natureza, coisas simultâneas, ou melhor, são uma só e mesma coisa, que chamamos decisão quando considerada sob o atributo do pensamento e explicada por si mesma, e determinação, quando considerada sob o atributo da extensão e deduzida das leis do movimento e do repouso (SPINOZA, 2016, p. 103; *E, III, P2*).

Spinoza critica, então, o dualismo mente-corpo, preconizado pela teoria cartesiana, e dá início a uma construção filosófica, que deduz um monismo rigoroso, para o qual Deus é a única substância:

O Deus de Spinoza é uma substância autocausada de “infinitos” atributos, incluindo os da extensão e do pensamento, de cuja natureza tudo o que é possível necessariamente flui. Decorre disso que as coisas individuais, como os seres humanos, só podem ser modos dessa substância única – que Spinoza às vezes chama de “Deus ou Natureza” (“Deus, sive Natura”). (GARRETT, 2011, p. 23).

Larré (2014) apresenta uma relação sobre substância e modos, remetendo às

noções discursivas de *interdiscurso* e *intradiscurso*. De acordo com Pêcheux (2014a, p. 149), o *interdiscurso* é o “‘todo complexo com dominante’ das formações discursivas”, ou seja, “é a re-significação do sujeito sobre o que já foi dito” (FERREIRA, 2001, p. 18). A autora explica que “ao pensarmos o discurso como uma teia a ser tecida podemos dizer que o intradiscurso é o ‘fio do discurso’ de um sujeito” e um efeito do *interdiscurso*, o qual determina materialmente o efeito de encadeamento e articulação de tal modo que aparece como o puro ‘já dito’ - sobre si mesmo (FERREIRA, 2001, p. 19).

Com esse entendimento discursivo, Larré (2014) defende que o *interdiscurso* é a substância única onde todos os “modos” materializados do *intradiscurso* se encontram. Bennett (2011) traz uma imagem que ilustra bem essa questão: o autor exemplifica com o ruborizar de uma face, em que o rubor é um modo. Então, mesmo que duas pessoas estejam ruborizadas, elas se ruborizam de modos diferentes; o rubor de cada um são itens particulares, não universais. Por isso, mesmo que o rubor desapareça, ele não deixa de existir, apesar de algo se alterar. A mesma relação é possível de se estabelecer com a noção de discurso: mesmo que a materialização de um enunciado seja dito e se desvaneça, ele não deixa de existir. Ele altera a configuração histórica da grande memória que é o *interdiscurso* (LARRÉ, 2014).

Dessa forma, ratifica-se que, em Spinoza, mente e corpo (assim como substância e modos; *interdiscurso* e *intradiscurso*) seguem juntos. Num percurso que acontece conforme se aumenta a potência, e conseqüentemente, a capacidade de pensar. E assim acontece com os *gêneros de conhecimento* - da servidão e do poderio da fortuna à liberdade racional e à potência da virtude -, que passam por diversos graus, até que a união corpo e mente encontra seu fim único, o de alcançar a liberdade, a felicidade, a virtude e a beatitude.

O autor da *Ética* explica que, conforme a potência aumenta, o sujeito sai da passividade de um conhecimento de primeiro gênero, o *imaginativo*, chega ao segundo, que Spinoza chama de *racional*, e finalmente ao terceiro, o *intuitivo*. As transmutações dos três *gêneros do conhecimento* apontados por Spinoza são apresentadas, adiante, por meio da análise de *sequências discursivas* extraídas da reportagem “Curso a distância, encontros virtuais: a quarentena tem que ser

produtiva?”⁵⁵, publicada no *UOL TAB*, no período inicial da pandemia de COVID-19 no Brasil.

O *discurso pandêmico* (AMARAL, 2021), sobre o qual a análise se debruça, “emerge e se expressa no contexto global do acontecimento da pandemia do novo coronavírus, produzindo inúmeros efeitos nas relações sociais desta sociedade”, conforme descreve Amaral (2021, p. 114). Um desses efeitos - a necessidade de o sujeito empresarial ter de produzir em meio à solidão do afastamento social - justifica a escolha da referida publicação para análise. Isso porque a “quarentena”, assim chamada por expressar a recomendação do discurso científico acerca da pandemia de COVID-19, é tida como um momento de o sujeito-empresa provar o seu valor como alguém capaz de “trabalhar duro”.

Amaral (2021, p. 119) explica que o *discurso pandêmico* é “metaforicamente denominado assim pela sua natureza epidêmica, devastadora, amplamente disseminado, produzindo efeitos de controle social nas mais diversas áreas da sociedade”. A partir do conhecimento da referida metáfora, é possível identificar como as transmutações dos três *gêneros do conhecimento* apontados por Spinoza fazem-se presentes na discursividade acerca do drama humano da pandemia de COVID-19, especificamente em relação ao sujeito empresarial.

Primeiramente, na fase da imaginação, o sujeito vive ao acaso dos encontros, quando “cada um, de acordo com a disposição de seu corpo, formará imagens universais das outras coisas” (SPINOZA, 2016, p. 81; *E, II, P40, esc. 1*). São imagens obscuras que o sujeito forma através da percepção sensorial e, desse modo, o corpo é afetado, ainda que desconheça as causas que o levaram a ser afetado de determinada maneira. Na *sequência discursiva* 9 (SD 9), é possível identificar as “imagens obscuras” que o sujeito empresarial forma, na fase *imaginativa*, no depoimento da bibliotecária paulistana Cíntia Mendes, que continuou trabalhando em casa devido ao afastamento social gerado pelo novo coronavírus.

SD 9 - “Na primeira semana, tentei **reproduzir a rotina de trabalho** que tinha antes, mas acabei muito **frustrada**. Mantive a mesma **quantidade de horas**, mas **produzi**

⁵⁵ Ver CABETTE FÁBIO, André. Curso a distância, encontros virtuais: a quarentena tem que ser produtiva? In: *UOL TAB*. São Paulo, 26 abr. 2020. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/04/26/curso-a-distancia-encontros-virtuais-a-quarentena-tem-que-ser-produtiva.amp.htm>>. Acesso em: 03 ago. 2020.

muito menos e me senti muito mais **cansada**” (grifo nosso) [Trecho da reportagem “Curso a distância, encontros virtuais: a quarentena tem que ser produtiva?”, publicada pelo *UOL TAB*].

O período de quarentena aciona um discurso de produtividade que está na *memória discursiva* do capitalismo: todos devem ser produtivos e usar bem o tempo. O tempo de produtividade sofre um deslocamento, passa do local de trabalho (empresa, escola ou outros espaços ditos de trabalho) para os limites da residência, da casa, sob o enunciado de comando *fique em casa*. O afastamento social produz o medo da perda do tempo, levando os sujeitos empresariais a buscarem meios para se sentirem produtivos, quando não são obrigados a trabalhar remotamente (distante do espaço físico/tradicional de trabalho).

A pressão por se manter produtivo não é exclusiva desses momentos de crise sanitária. Entretanto, é a partir desse acontecimento que o discurso de produtividade leva o sujeito-empresa, de um lado, a se isolar, impedido de se locomover em lugares fora de sua casa; e, de outro, estimula-o a se manter produtivo para que ocupe o pensamento e não perca o sentimento de convivência, de modo que não seja tomado pelo sensação de invisibilidade, mas, antes, que se sinta percebido, visto, inventivo, criativo e até empreendedor - mesmo que seja de si mesmo e do que, aparentemente, é o seu tempo.

O trabalho ganha mais uma referência entre tantas que já o designou ao longo da história – emprego, labor, atividade, profissão: agora é o *home office* que estimula os sujeitos empresariais a criarem meios de reproduzir a sua existência em tempos de pandemia. Percebe-se, então, que o esquema *home office* exige novas estratégias de trabalho e de adaptação ao *novo tempo*. No livro *Sociedade do Cansaço*, o filósofo sul-coreano radicado na Alemanha, Byung-Chul Han faz uma análise sobre o lugar da produtividade na sociedade contemporânea, assunto que ganhou destaque na entrevista que este pensador concedeu ao *UOL TAB*.

Han diz que essa sociedade deixou de ser marcada pela negatividade, ou seja, pela disciplina, por aquilo que é proibido e reprimido. Passou a ser marcada pela positividade, com a valorização de iniciativas e projetos individuais. Cada um se torna um “**empreendedor de si mesmo**”, e busca criar uma performance de felicidade, que é apresentada por meio do autoaperfeiçoamento, do sucesso. O indivíduo se submete ao trabalho, sem que haja necessidade de

pressão externa contínua para tanto. Esse impulso por ser produtivo é incorporado por cada um, na forma como deseja ser encarado pelos outros. Nas palavras de Han, **o trabalhador contemporâneo se autoexplora**. (CABETTE, 2020, grifos nossos).

Nesse movimento de “empreender a si mesmo” para permanecer na concorrência estabelecida pelas relações atuais de produção, é retirado do sujeito-empresa o foco sobre *como* o tempo livre lhe é expropriado a fim de dar lugar a mais tempo produtivo. Por esse motivo, o corpo do sujeito empresarial sente a “frustração” e o “cansaço”, mas desconhece o porquê. É também assim que, ao não se conectar com a realidade do que está acontecendo nesse processo, muitos empreendedores terminam seus expedientes, mas continuam produzindo, por exemplo, ao atualizar o *LinkedIn* com predicados que demonstram o seu reconhecimento.

Em relação a isso, Marx (2008) já ressaltava que a alienação é evidente, visto que é característica do modo de produção capitalista, o qual extingue do trabalho o seu aspecto ontológico, consciente, reduzindo-o a uma atividade irrefletida, maquinal, como se pode identificar na constelação semântica do enunciado: “reproduzir”, “rotina”, “trabalho”, “quantidade”, “horas” e “produzi”. Sendo assim, enquanto o capitalismo não for superado e persistir a propriedade privada (já que, segundo Marx, esta é a responsável pela alienação do trabalhador), a concepção marxiana de alienação continua relevante para a compreensão da realidade atual.

Desta maneira, apreende-se que, se na *imaginação* ainda há um conhecimento confuso das coisas e do corpo, o conhecimento começa a se tornar mais seguro através da *razão*, no conhecimento de segundo gênero. Neste momento, o sujeito passa a entender de que forma as coisas o afetam; a mente, no intervalo considerado, tem a potência de pensar e de compreender adequadamente, através das noções comuns. Pode-se identificar essa mudança quando Henry (2014) salienta que as contradições da sociedade capitalista não são apagadas de forma explícita: “Coloque-se aqui, este é seu lugar no sistema de produção” (HENRY, 2014, p. 25). A ameaça existe, mas num sentido que, segundo o teórico (2014, p. 26), “os agentes desse sistema reconhecem a eles próprios seu lugar sem terem recebido formalmente uma ordem”.

O processo pelo qual os agentes são colocados em seu lugar é apagado; não vemos senão as aparências externas e as consequências. Para compreender como este processo se situa em

um mesmo movimento, ao mesmo tempo realizado e mascarado, e o papel que nele desempenha a linguagem, devemos renunciar à concepção de linguagem como instrumento de comunicação. Isto não quer dizer que a linguagem não serve para comunicar, e sim que este aspecto é somente a parte imersa do *iceberg*. (HENRY, 2014, p. 26, grifo do autor).

A partir da linguagem, é possível identificar que os discursos que circulam sobre produtividade encorajam o sujeito-empresa a maximizar seu tempo, para que se sinta mais ativo enquanto está afastado do convívio social, “preso dentro de suas próprias casas”. É esse o sentimento conclamado pelo anúncio de curso de artes marciais a distância, no *Instagram*, que busca levar o leitor a transformar o confinamento imposto pela crise da COVID-19 em motivação, ou ainda com a professora de violino que convida alunos para sua aula, de forma menos enfática, como se pode ver nas *sequências discursivas* 10 e 11 (SD 10 e SD 11), extraídas da referida reportagem do UOL TAB.

SD 10 - “Se não foi possível agir antes, aproveite o segundo melhor momento: AGORA! Movimente-se para as novas possibilidades que este momento nos traz! (grifo nosso)” [Trecho da reportagem “Curso a distância, encontros virtuais: a quarentena tem que ser produtiva?”, publicada pelo UOL TAB].

SD 11- “Quem aí gostaria de aprender violino na quarentena?” [Trecho da reportagem “Curso a distância, encontros virtuais: a quarentena tem que ser produtiva?”, publicada pelo UOL TAB].

Os discursos sobre produtividade revelam, para além da “ponta do *iceberg*”, mencionado por Henry, que esse chamado para o trabalho durante o tempo livre, que ora conclama e ora convida, está inscrito numa relação ideológica de classes. Num primeiro momento, identifica-se que “conclama” por meio da estratégia discursiva do “se...então”, que aponta recompensa ou punição por excluir socialmente aquele que não pode aderir à oferta; e “convida” por meio de uma pergunta retórica que também funciona como um mecanismo de adesão ao modelo de sociedade fundado na necessidade de se fazer produtivo todo o tempo.

Num segundo momento, identifica-se que a metáfora da “ponta do *iceberg*” significa dizer que o problema em questão, o qual a transparência da linguagem nos

permite de imediato enxergar, é muito pequeno se comparado à opacidade da língua, isto é, aos outros problemas realmente grandes que não estão sendo vistos ou discutidos no momento da pandemia, do trabalho remoto e da necessidade de ser produtivo o tempo todo.

Assim sendo, a linguagem funciona como um *iceberg*, que sempre tem a maior parte do seu volume submerso, deixando para fora da água um pedaço mínimo. Nesse processo contraditório dos discursos, como diz Pêcheux (2014a), a linguagem produz efeito de mascaramento da realidade social, criando um sistema de normas prescrito aos membros da sociedade empresarial sobre o que e como devem pensar e agir. A ideologia funciona, pois, para fins de convencimento.

Desse modo, ao convencer o sujeito-empresa que ele “se submeta ao trabalho, sem que haja necessidade de pressão externa contínua para tanto”, como descreveu o filósofo Han Byung-Chul na entrevista ao *UOL TAB* (2020), é silenciado o sentido de produtividade e tempo livre, concepção que se pode recuperar em Marx (2011), quando este aponta que a produtividade do capital consiste na coerção do trabalhador para se obter trabalho excedente, ou seja, acima da necessidade imediata. Em se tratando do “trabalhador por conta própria”, ele retira o excedente do seu próprio trabalho, ou seja, ele se autoexplora.

Em vista disso, todo o tempo para além do tempo de trabalho necessário à produção e à reprodução das condições materiais de existência é tempo livre. Entretanto, o tempo livre no sistema econômico contemporâneo é apropriado pelo capital, fazendo com que o sujeito empresarial perca quase que totalmente sua autonomia em relação ao tempo e ao próprio trabalho.

É relevante pensar que, ao se tomar a premissa contemporânea de que “tempo é dinheiro”, tem-se que esse é o símbolo mais forte desse sistema social e de produção que transforma tudo em mercadoria. Cardoso (2007) afirma que o tempo que não é traduzido em dinheiro não recebe consideração social ou ainda passa a ser considerado como um tempo perdido. Isso porque, ao lidar com o tempo da mesma forma como lida com o dinheiro, a sociedade atribui-lhe “qualidades objetivas e impessoais, como, por exemplo, a escassez” (CARDOSO, 2007, p. 26). Ademais, dada a propriedade de coisa que é atribuída ao tempo, este poderá ser usado, gasto ou gerar renda e lucro.

Vive-se, pois, no período de escassez, quando os horários de trabalho não bastam mais para responder às exigências do capital. Logo, a fronteira entre tempo

de trabalho e tempo livre torna-se cada vez mais porosa, e é evidenciada no contexto de trabalho em casa (o trabalho remoto), quando as perdas de tempo ligadas aos trajetos, às esperas e aos contratempos são ocupadas com mais trabalho. Nesse cenário, o tempo de trabalho se torna tão fluido como o seu espaço, bem como não se trata mais de uma disponibilidade obrigatória durante as horas de trabalho, mas de uma disponibilidade permanente e livre, cujas tecnologias permitem ligações para além da fronteira entre o profissional e o privado, o trabalho e o afetivo, o familiar e o social.

Com o entendimento de que a fronteira do tempo de trabalho invadiu o tempo livre do sujeito-empresa, tornando esses tempos fluidos, tensos, urgentes e flexíveis, identifica-se que estamos diante de um tempo imposto pelo capital que procura dominar os outros tempos que os trabalhadores tentam inserir e reinserir dentro e fora do tempo e espaço de trabalho, resultando em disputas explícitas e implícitas, coletivas e individuais, pontuais ou estruturais, negociadas ou não. No entanto, se todo o tempo é dominado pelo capital, também é fato que a natureza contraditória dessa sociedade incorpora a possibilidade de mudança da forma de se lidar com o tempo.

Com efeito, é somente quando as *noções comuns* aos poucos vão se tornando *universais*, até o ponto em que se entra no conhecimento de terceiro gênero, o *intuitivo*, que o corpo e a mente se tornam capazes de muitas coisas, porque, segundo Spinoza, sua perfeição e potência se elevam para o mais próximo possível de Deus e torna os sujeitos em grande parte eternos. Nessa última fase, é anunciada a fadiga da razão atual e a possibilidade de viver de outras maneiras, isto é, o sujeito tem por objetivo produzir novos modos de vida, outros pensamentos e caminhos.

Ora, se existe uma linha reta que envolve a potência de existir, certamente precisa-se aprender a sair do primeiro gênero do conhecimento para chegar ao último. Para isso, é necessário entender o conhecimento como o mais potente dos afetos para pensar em possibilidades de mudança ou de transformação da realidade, a fim de viver verdadeiramente. Pensar acerca desse espaço de transição é uma questão buscada tanto pela *leitura sistemática e afetiva* de Spinoza, como também um caminho percorrido pela Análise de Discurso de Pêcheux com sua *leitura sintomal*, como se pôde observar no pensamento dos autores e demonstrar na análise das *sequências discursivas* em questão.

3.2 Pêcheux: O circuito de afetos interpela o sujeito empresarial

O caminho pelos *gêneros do conhecimento*, apontados por Spinoza, aparecem em Pêcheux com a *leitura sintomal*, uma perspectiva de leitura da realidade, que abre caminhos para dar voz e corpo a outras leituras, as que palpitam resistência aos discursos hegemônicos e às práticas necropolíticas, gestos de leitura que implicam uma tomada de posição teórica e política, que implicam modos de estar e ocupar espaços, no embate biológico, que convocam à desobediência. Como descreve Zoppi-Fontana (2020), são leituras que constroem espaços de vida e de esperança, que lutam por fazer vozes e corpos estarem presentes na sociedade.

Ler sobre o passado, a atualidade, nós. Ler é um gesto que convoca sujeitos: aquele que lê, para quem se lê, que é lido. Gesto que para significar se inscreve nas memórias múltiplas, contraditórias, desiguais. Leituras que se repetem com a força da evidência produzida por posições dominantes, que a partir do poder econômico, político, racial e dos privilégios que ele propicia, impuseram silenciamento e invisibilidade a outras leituras, legítimas, mas empurradas às margens. Leituras outras que insistem no avesso, nas brechas, nos entre-meios, pulsando vidas e engajadas na luta para que o sentido da diferença e da alteridade estejam presentes e ressoem nos gestos de interpretação que circulam na sociedade (informação verbal)⁵⁶.

Mas, para esse ato de ler, não basta definir os afetos que as pessoas sentem; é preciso conhecer o motivo que os originam e os direcionam, para conhecer a implicação do sujeito com a situação que o afeta. Isso porque cada momento histórico prioriza um ou mais afetos como estratégia de controle e coerção social. Isto é, os afetos são fenômenos históricos, cujos conteúdo e qualidade estão sempre em constituição. Nesse sentido, uma leitura da sociedade pelo que os sujeitos sentem e pensam é fundamental para revelar elementos provenientes do processo de servidão.

Para tanto, a compreensão da singularidade dos afetos encontrada em Spinoza, como unidades de análise, encontra nas categorias mobilizadas pela Análise de Discurso pêcheuxtiana a possibilidade de, juntas, aproximarem-se do real da história para orientar a ação dos homens no mundo, os quais estão unidos não só na

⁵⁶ Fala proferida pela Profa. Dra. Mônica Zoppi-Fontana (IEL/Unicamp), na mesa-redonda “Discurso, Cultura, Política”, realizada de forma remota no dia 22 de outubro de 2020, dentro da programação do V SEDISC – Seminário Discurso, Cultura e Mídia.

práxis teórica, mas também no afeto, na resistência, e no esforço de fazer escutar sentidos que se movem na visibilidade e na invisibilidade das práticas cotidianas e institucionais no processo complexo de vivência numa sociedade empresarial.

Nesse sentido, o homem é levado a interpretar, colocando-se diante de questões no decorrer da vida. É importante ressaltar, todavia, que produzir significação é mais do que perguntar ou se ater aos atos de fala. Para a Análise de Discurso, o processo de significação implica gestos de interpretação possíveis. Sobre essa discussão, Orlandi (2015) evidencia a questão de que “o fato mesmo da interpretação, ou melhor, o fato de que não há sentido sem interpretação, atesta a presença da ideologia” (ORLANDI, 2015, p. 43).

A teoria materialista do discurso considera a ideologia como fundamento e a sua relação com a linguagem é o marco que origina a Análise de Discurso de Michel Pêcheux. A ideologia é efeito da relação do sujeito com a linguagem e com o mundo: “Se ele não se submeter à língua e à história ele não se constitui, ele não fala, não produz sentidos” (idem, ibidem, p. 46).

Nessa linha, a AD redefine a noção de sujeito utilizada pelas ciências humanas e sociais, ao questionar a centralidade do indivíduo enquanto autônomo. Essa diferença acerca da concepção do sujeito é importante porque com o “eu” do dizer o sujeito tem a ilusão de que é fonte e origem do seu discurso e acredita que pode controlar os sentidos, pois não se dá conta de que está atravessado pela ideologia e pelo inconsciente.

Pêcheux rompe com as ideias do indivíduo a partir das contribuições de Althusser, ao dizer, como se pontuou anteriormente, que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido (PÊCHEUX, 2014a). Desse modo, ele amplia a concepção de indivíduo para a questão social/ideológica e concebe o sujeito do discurso como “resultado da relação com a linguagem e a história [...] constituído a partir da relação com o outro, nunca sendo fonte única do sentido, tampouco elemento onde se origina o discurso” (FERREIRA, 2001, p. 22).

O sujeito discursivo é, como se vem afirmando, compreendido enquanto posição na ordem do discurso, enquanto lugar que ocupa para ser sujeito do que diz. Com base nos pressupostos da AD, o sujeito do discurso é aquele que intervém nas práticas sociais, a partir das tomadas de posição, a *posição-sujeito*, que representa os lugares ocupados pelo sujeito na sociedade.

Retomando o que foi posto sobre FD, esses lugares se relacionam com determinadas *formações discursivas*, isto é, com “a matriz de sentidos que regula o que o sujeito pode e deve dizer e, também, o que não pode e não deve ser dito” (FERREIRA, 2001, p. 15) e as *formações ideológicas*, nas quais as posições se inscrevem e de onde os sujeitos “tiram” seu sentido. Inclusive, Pêcheux (2014a) enfatiza que o sentido é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico em que a linguagem é produzida.

Como dito anteriormente, sobre as possibilidades de explorar a “posição-sujeito”, inscrições em diferentes posições na ordem do discurso, reconstituem-se os passos da teoria para apresentar (e analisar) uma nova categoria da AD. A Análise de Discurso não analisa o discurso do sujeito (empírico), mas do sujeito do discurso (posição), o qual estabelece uma relação tanto passiva quanto ativa no discurso, uma vez que este o determina, como também o afeta e determina sua prática discursiva. Nesse movimento de o sujeito afetar e ser afetado pelo que diz, o sentido “muda de acordo com a formação ideológica de quem o (re)produz, bem como de quem o interpreta” (FERREIRA, 2001, p. 22).

Então, produzir significação implica compreender que os sujeitos, ao produzir qualquer enunciado, inscrevem-se no simbólico, na história, na ideologia/inconsciente através das posições discursivas. Desse modo, o trabalho da/o analista consiste em fazer um recorte entre discurso (processo) e língua (produto), conforme propôs Pêcheux. Como posto por Barbosa Silva (2021, pp. 26-32): “Em outras palavras, ele [Pêcheux] analisa que o produto “esconde” o processo [...] e passa a interrogar a transparência da linguagem [...] intervir com novas práticas de leitura, através do discurso”, uma reflexão que problematiza, assim, a evidência do sentido e do sujeito, estruturados na linguagem.

Pode-se observar a naturalização dessas evidências em expressões enunciadas a partir da *posição discursiva* do sujeito-empresa, como é possível ver nas próximas duas sequências discursivas, extraídas da rede social digital de pequenas empreendedoras. A primeira delas, a *sequência discursiva* 12 (SD 12), foi extraída do Instagram @sementesdoreinoaromas⁵⁷, um perfil criado para uma empresa de

⁵⁷ SEMENTES DO REINO. **Sim, aqui é uma Equipe.** 2 fev. 2021. Instagram: @sementesdoreinoaromas. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CKzJrselkNC/>>. Acesso em: 02 fev. 2021.

aromas, mais especificamente pela empreendedora Natalia, que administra a conta com pouco mais de 1.100 seguidores.

SD 12 – Sim, aqui é uma **Euquipe**. A **Eupresa** funciona por exclusividade minha. Gente, como dá trabalho! São muitas atribuições para uma pessoa só. Além da empresa, tenho família, tarefas do lar, filhos, responsabilidade na igreja e por aí vai... a lista é grande. Funções é [sic] o que não falta. Confesso que há dias que fico muito deprimida, cansada e sem motivação. Mas estou fazendo algo que amo. E que não tenho intenção de parar, pelo menos não por agora! Tem dias que é aquela correria, é exaustivo. Mas quando recebo o *feedback* de vocês me contando o quanto gostou do produto.... haaaaá [sic], isso me derrete! Vocês vêem [sic] aqui somente pequenas parcelas do tanto de trabalho que é empreender no artesanato (grifos nossos) [Publicação do perfil @sementesdoreinoaromas na rede social digital Instagram].

O discurso apresenta os neologismos “euquipe” e “eupresa” (“eu” + “equipe” ou “eu” + “empresa”)⁵⁸, que significam que a equipe e a empresa são comandadas por apenas uma pessoa, responsável por todas as funções. No entanto, tais funções deveriam ser ocupadas por unidades/indivíduos com seus papéis específicos e necessários dentro de uma empresa (produção, compra, pagamento, marketing etc.), evitando assim um regime de precarização do trabalho do sujeito (eu) que agora se encontra “preso” ao modelo de sociedade empresarial, ou mesmo é visto como uma “presa”, como se pode observar tanto na expressão “eu(presa)” como na interpretação da realidade em que o sujeito-empresa está inserido.

Sobre essa questão, entende-se que o sujeito empresarial seja *porta-voz* (PÊCHEUX, 2014b) de determinada *formação discursiva* que está atravessada pela *formação ideológica capitalista* e permite este entrecruzamento de dizeres, fazendo circular palavras da constelação semântica do discurso do empreendedorismo no dizer do sujeito que se tornou “empresa”.

Isso acontece porque, ao enunciar a partir da *posição-sujeito* que funciona como *porta-voz* do discurso da empresa, há uma personificação deste sujeito-

⁵⁸ “Euquipe” e “eupresa”, assim como “eugência” (mencionado anteriormente), são neologismos que servem para expressar os discursos do mercado que circulam atualmente na sociedade empresarial, a fim de colocar o sujeito individual (eu) como único responsável pelo seu sucesso empreendedor.

empresa, que permite o processo de identificação com estes dizeres. Nas palavras de Pêcheux (2014b, p. 76, grifo do autor), o *porta-voz* “está, pois, bem ou mal, situado no interior da *relação de forças* existentes entre os elementos antagonistas de um campo político dado”.

Esses neologismos levam a/o analista a pensar nos diferentes funcionamentos dos processos discursivos presentes nessas palavras e em que lugares esses enunciados são materializados. Tais expressões estão presentes no cotidiano dos trabalhadores e, se atualmente estão presentes no ambiente *online* - por entender esse ambiente efetivo em razão de a internet estar na vida do trabalhador -, as palavras também lá se reproduzem.

No entanto, com a popularização da internet, a *vida em rede* e os discursos que circulam nesse espaço virtual (ou que são apropriados por ele) ganham uma maior visibilidade. Nesse sentido, uma mesma palavra, que pode soar como uma novidade, curiosidade ou mesmo provocar riso, também evidencia o efeito de sentido do sofrimento do trabalhador, que, em seus dizeres e silenciamentos, oculta a dor da precarização do trabalho para enaltecer o sucesso profissional, fruto do famigerado (e já mencionado) *espírito empreendedor* (WEBER, 2013)⁵⁹.

Também é importante, nessa discussão, perceber que o tema está associado ao conceito de trabalho. Quando a empreendedora de artesanato, *porta-voz* do discurso do mercado, enuncia “Gente, como dá **trabalho**! São muitas atribuições para uma pessoa só” (grifo nosso), ela, enquanto sujeito-empresa, não se refere apenas ao trabalho como aquele que produz salário, mas também ao trabalho não remunerado nas funções que ocupa na vida. Nesse sentido, a construção desse sujeito empresarial é gestada em diferentes lugares institucionais, permitindo uma mesma personificação em lugares sociais distintos. Por isso, pode haver uma certa regularidade na organização da vida desse sujeito para estar disciplinando todas (ou quase todas) as áreas de sua vida para ser um sujeito-empresa.

Pode-se identificar, ainda, na sequência “Confesso que há dias que fico muito deprimida, cansada e sem **motivação**” (grifo nosso), a questão da precarização do trabalho funcionando diante da ideologia neoliberal, que utiliza o discurso do afeto para outras finalidades. Uma delas está presente na expressão “motivação”, palavra-chave do empreendedorismo; também podemos observar a contradição da sociedade

⁵⁹ A origem do conceito de “espírito empreendedor” remonta a obra “A ética protestante e o espírito do capitalismo”, de Max Weber.

neoliberal na sequência “**Mas** estou fazendo algo que **amo**” (grifos nossos), tanto na adversidade posta na frase, como na expressão sensível.

Isso acontece porque o discurso dos afetos - que implica um sentimento, uma ação - expressa que não é apenas uma questão de dinheiro, mas também de gratidão, como se pode observar na sequência “Mas quando recebo o feedback de vocês me contando o quanto gostou do produto.... haaaaá [sic], isso me derrete!”. A gratidão se apresenta como uma forma de substituição de um trabalho qualitativo. Nessa discussão, também importa pensar no por que de alguns trabalhos serem considerados mais qualitativos do que outros e como isso reflete na remuneração, por exemplo.

Ainda é relevante, neste debate, refletir sobre o lugar que o sujeito do discurso ocupa. Encontra-se em Grigoletto (2008) a noção de *lugar discursivo* como uma categoria de análise, que é materializada na passagem do espaço empírico – onde se encontram os *lugares sociais* (empreendedora de artesanato, conforme a *sequência discursiva*), para o espaço discursivo. Segundo a autora, o *lugar social* (ocupado pelo sujeito empírico) remete para o interior de uma *formação social*. Já o lugar discursivo (ocupado pelo sujeito do discurso) constitui a passagem para o espaço discursivo desses lugares sociais, ou ainda, a sua materialização na prática discursiva.

No entanto, espaço empírico e espaço discursivo não devem ser tomados de forma fragmentada. Ao contrário, eles estão em constante entrelaçamento, já que o lugar social é efeito da prática discursiva ao mesmo tempo em que o lugar discursivo é efeito/está determinado pela prática social. (GRIGOLETTO, 2008, p. 58).

Sendo assim, *lugar social* e *lugar discursivo* se constituem mutuamente, de forma complementar, e estão relacionados à ordem de constituição do discurso. Grigoletto também pontua que, a partir de um *lugar social* (a exemplo da empreendedora de artesanato), podem-se ocupar diferentes *lugares discursivos* (comprometido com o mercado ou com o bem comum), como é possível identificar na sequência: “Mas quando recebo o feedback de vocês me contando o quanto gostou do produto.... haaaaá [sic], isso me derrete!”.

Por um lado, o enunciado sinaliza uma relação com o mercado, isto é, o consumidor é um produtor da sua própria satisfação, assim como a empreendedora é produtora, a partir da fabricação e da comercialização do artesanato; por outro lado, há uma relação de afetividade com o artesanato - apesar das adversidades das

condições de trabalho -, o que demonstra as contradições da sociedade capitalista: “Confesso que há dias que fico muito deprimida, cansada e sem motivação. Mas estou fazendo algo que amo”.

Observa-se também que, a partir do *lugar discursivo*, podem-se ocupar diferentes *posições-sujeito*, incorporando ou aderindo a diferentes discursos filiados a determinadas relações de produção. Desse modo, a identificação do sujeito do discurso com a *formação discursiva* que o domina, que no contexto analisado é fruto de um processo marcado pela arte liberal de governar, constitui a *forma-sujeito* - sujeito do saber, sujeito universal ou sujeito histórico de uma determinada formação discursiva.

Segundo Ferreira (2001), a *forma-sujeito* é a maneira pela qual o sujeito do discurso se identifica com a *formação discursiva* que o constitui; é quando o sujeito passa pela interpelação ideológica, é afetado pela ideologia. Na SD 12, a empreendedora de artesanato se identifica com a *formação discursiva* do trabalhador autônomo, que vive a rotina de uma “eupresa”; sente também as dificuldades de fazer parte da sociedade de mercado, identificando-se assim com a formação ideológica capitalista.

Com esse entendimento, tem-se que a *forma-sujeito* é responsável pela ilusão de unidade do sujeito e, assim, ambos coexistem: interpelação (ideológica), (des)identificação com a *formação discursiva* e produção de sentido. Posto isso, observa-se que, do *lugar social* de empreendedora de artesanato, Natalia se identifica com a *formação discursiva* da classe trabalhadora⁶⁰- que se ressignifica com as mudanças e arranjos do modo de produção capitalista -, e vive as dificuldades do trabalho autônomo - a *forma-sujeito*.

Logo, em sua prática discursiva, Natalia fala como uma empreendedora que, mesmo vivenciando os sofrimentos de ser uma “eupresa”, persiste no trabalho por amor, o que se pode chamar também de *romantização do empreendedorismo* que transforma a dor pela falta de condições de trabalho em positividade empreendedora

⁶⁰ Também chamada de *formação discursiva* do proletariado, apresenta-se aqui como a FD da classe trabalhadora no intuito de atualizar o termo para o contexto atual. Uma diferença fundamental que distingue o proletariado dos séculos XIX e XX da classe trabalhadora de hoje é a questão das fábricas se inscreverem como modo de produção. Nas fábricas, o proletariado era explorado pela extração da mais-valia; hoje, o capital é produzido por outros meios que não utilizam mais os muros das fábricas, a exemplo do ambiente digital. Todavia, o conceito de mais-valia ainda é prevalente, já que somos explorados, enquanto trabalhadores, pela mais-valia do que produzimos. No entanto, na fábrica, a mais-valia estava mais evidente e atrelada ao produto que o trabalhador produzia.

(*lugar discursivo*). Sendo assim, Natalia ocupa, na *formação social*, a *posição-sujeito* da classe trabalhadora.

Pode-se fazer essa mesma análise, por exemplo, com a SD 1, que tratou da transição de um vídeo interpretado pelo personagem Agostinho Carrara. O sujeito do discurso ocupa o *lugar social* de autônomo - o que significa ser contraditoriamente empregado e ser patrão. Logo, quanto à *forma-sujeito*, ora ele se identifica com a *formação discursiva do trabalho*, ora com a *formação discursiva do capital*. Ironicamente, o personagem demonstra que, enquanto empregado, a única escolha é paralisar diante das imposições da lógica do mercado e seguir trabalhando, a sofrer o alto custo de cumprir com os direitos trabalhistas que recaem sobre suas costas, enquanto patrão.

Sendo assim, em sua prática discursiva, ele enuncia como empregado e como patrão, ilustrando as contradições da sociedade capitalista. Ocupa a *posição-sujeito* de trabalhador, uma vez que é um pequeno empresário que explora a si mesmo para se manter na lógica do mercado, e enuncia também a partir da posição-sujeito burguês⁶¹, ao se recusar a cumprir com o pagamento dos direitos trabalhistas. Sobre essas questões concernentes às modernas expropriações do trabalho legisladas por medidas governamentais, Amaral (2021) abre uma discussão.

[...] a expropriação parece se naturalizar e se agravar sob as medidas que legislam o direito do empregador de alterar contratos trabalhistas diretamente com os empregados, ignorando o direito da representação coletiva para firmar acordo. O efeito de tais medidas, ditas emergenciais devido à crise econômica agravada pelo estado de calamidade sanitária, é o desmantelamento da classe trabalhadora, já há muito atingida pelas investidas do capitalismo em conflito com os trabalhadores. (AMARAL, 2021, p. 113)⁶².

Do mesmo modo como pensa Amaral, para Magno e Barbosa (2011) os discursos de inspiração neoliberal tentam realçar somente a dimensão positiva do sujeito empresarial e, gradativamente, esvaziar o caráter nocivo que as noções de incerteza e de insegurança possuem no imaginário dos que desconhecem alguns

⁶¹ Abre-se aqui uma questão sobre como se poderia identificar burguesia e proletariado hoje? Para Negri e Hardt (2014, p.42-43), “os burgueses seriam, na ocasião, classe média, e hoje, comumente confundidos, na crise, com estratos do proletariado”.

⁶² Amaral (2021) enuncia a partir da manifestação da crise sanitária no mundo, agravada pelo novo coronavírus. No entanto, esses acontecimentos há tempos favorecem o cenário econômico para o surgimento do discurso da naturalização da conduta econômica maximizadora e da expropriação do trabalho, gerando efeitos nos campos sociais, políticos e econômicos.

importantes direitos sociais ligados ao mundo do trabalho. Tudo isso é fortalecido pela construção discursiva do empreendedor: um indivíduo apto a enfrentar as rápidas e drásticas mudanças ocorridas no mundo do trabalho com o advento da flexibilização produtiva, desvinculado de pertencças coletivas, desprovido de qualquer tipo de proteção social fornecida pelo Estado e, por isso, inviável de ser pensado como padrão universal de comportamento em uma sociedade que busca a diminuição das desigualdades sociais.

Esse efeito de positividade manifesto no discurso do empreendedorismo está presente nas práticas discursivas que demonstram a transformação do trabalho numa questão de realização pessoal. Willmott (1993) faz uma crítica à atuação das empresas, que substituem formas extremas de controle direto por um certo “ethos humanista liberal” capaz de criar um grau de “autonomia responsável” que confere uma individualidade automotivada aos trabalhadores.

Vale lembrar que isso acontece num mundo em que as identidades são *fragmentadas, móveis, contraditórias e contingentes*, conforme pontuou Bauman (1998). Sendo assim, esse tipo de discurso tem seu apelo aumentado e, por esse motivo, depara-se com enunciados como “sou meu próprio patrão e ninguém manda em mim”, a ponto de a acumulação de tarefas e o excesso de horas trabalhadas serem ônus conciliáveis no projeto pessoal de ser um profissional/indivíduo bem sucedido, autônomo, valorizado e independente, como se pode observar na *sequência discursiva* 13 (SD 13), enunciada pela empreendedora de doces Jaqueline Oliveira, extraída de uma postagem no Instagram @jaquelineoliveiraconfeitaria⁶³.

SD 13 - Entendam um pouco do meu negócio. Ser empreendedor é lidar com vários negócios dentro de um só! E ainda sim, ser mãe, esposa, filha, servir na casa de Deus, ministrar aulas e estudar! Se eu dou conta? Tem semana que a faxina é adiada kkkkkk [sic] [Publicação do perfil @jaquelineoliveiraconfeitaria na rede social digital Instagram].

⁶³ OLIVEIRA, Jaqueline. **Entenda nossa empresa**. Mauá. 2 fev. 2021. Instagram: @jaquelineoliveiraconfeitaria. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CKzb2fLB2KW/>>. Acesso em: 2 fev. 2021.

O discurso do sujeito-empresa permite perceber a importância atribuída ao trabalho. É o apelo do trabalho como valor de uso e de troca, que transcende e alimenta sua narrativa de vida. Um trabalho “naturalmente” entendido como um projeto pessoal, e que permite, sempre que possível, a manifestação das características de autonomia, responsabilidade e proatividade. Como resultado, há um certo ideário de superação da carga excessiva e das exigências que a situação que o trabalho autônomo impõe ao indivíduo, bem como a valorização do compromisso de trabalhar muito como constitutivo das identidades profissionais/pessoais. Nota-se, no discurso, uma lista de tarefas exaustivas, o uso de exclamações que dão ênfase ao que é dito e uma pergunta retórica com caráter de ironia. Tudo isso é seguido por um riso, que representa o sofrimento verbalizado e emoldurado pela felicidade almejada.

Mais uma vez, o discurso do empreendedorismo produz efeito de positividade, como se observa na sequência “lidar com vários negócios dentro de um só”, que oculta o contexto da precarização do trabalho, evidenciando a necessidade de ocupar diferentes posições-sujeito (“E ainda sim, ser mãe, esposa, filha, servir na casa de Deus, ministrar aulas e estudar!”) para empreender, isto é, “vencer na vida” e nos negócios. Desse modo, o esgotamento do sujeito-empresa mostra-se, muitas vezes, por meio do riso, que representa tanto uma espécie de escape da sua posição de sofrimento físico e mental oriundo da vida em constante concorrência do mercado (“Se eu dou conta? Tem semana que a faxina é adiada kkkkkk”), como também para mostrar que está ilusoriamente feliz.

Somada ao efeito de positividade, ratifica-se, assim, que a noção de inspiração é mais um ponto importante da análise. Casaqui (2018) considera o tema como central para as formas comunicacionais que organizam a ideologia empreendedora em sua publicização, sendo a inspiração derivada da imagem construída do empreendedor: “Tido como um semideus imaculado, positivo, incontestável, imune às tentações dos negócios escusos” (CASAQUI, 2018, p. 60). O autor complementa que isso acontece “mesmo em tempos em que empresários são expostos na mídia como parte de redes de corrupção historicamente arraigadas na política brasileira” (idem).

Identifica-se o efeito de sentido de inspiração na sequência “**Entendam** um pouco do meu negócio. **Ser empreendedor** é lidar com vários negócios dentro de um só!” (grifos nossos). Percebe-se a necessidade de explicar o que é ser empreendedor para que os demais se inspirem, entendam e reproduzam tal comportamento. A

inspiração é, então, uma forma de reproduzir o projeto da sociedade moderna, de modo que um se inspire no outro.

Muitas vezes, esse processo articulado de inspiração está presente em forma de cartilha, a exemplo do *e-book* “50 histórias para inspirar sua jornada empreendedora: Um exemplo para chamar de seu”. Produzido pelo Sebrae e pela Endeavor (2019)⁶⁴, a publicação apresenta histórias de empreendedores que “superaram obstáculos e conseguiram sucesso nos negócios”.

Uma das histórias, “De Recife para o mundo”, descreve sobre o projeto de faculdade do estudante André Ferraz, que se transformou em um negócio de tecnologia disruptiva, a *In Loco Media*, que, sete anos depois da faculdade, já impacta mais de 50 milhões de usuários com publicidade *mobile*. Para essa história de empreendedorismo se desenvolver de um trabalho teórico para um negócio de alto crescimento, a cartilha apresenta o texto “As inspirações de André”, do qual se extraiu a *sequência discursiva* 14 (SD 14).

SD 14 - André cresceu ouvindo seu pai falar de um **futuro** em que a **tecnologia** é tão avançada que chega a ser proativa, enquanto via na história de sua mãe a referência de **trabalho e dedicação**, de uma mulher que já **enfrentou** uma situação de pobreza, **trabalhou** como feirante e que **hoje é** gerente de uma empresa de tecnologia. Viver uma infância com a presença de duas figuras tão fortes e inspiradoras é um bom jeito de começar **sonhando** grande desde pequeno. Principalmente quando você passa os dias assistindo ao Laboratório de Dexter, em que um pequeno cientista criava invenções malucas dentro do quarto. A soma dessas inspirações fez de André uma criança muito **agitada e inquieta**, que já sabia desde pequena que **não conseguiria viver dentro das regras e dos padrões** que existem por aí (grifos nossos) [Trecho da história “De Recife para o mundo”, publicada no *e-book* “50 histórias para inspirar sua jornada empreendedora: Um exemplo para chamar de seu”, do Sebrae e a Endeavor].

A sequência traz, na *memória discursiva*, os dizeres enunciados por Foucault, aqui aludidos na primeira parte deste trabalho, acerca do novo *homo oeconomicus*,

⁶⁴ SEBRAE NACIONAL E ENDEAVOR (2019). 50 histórias para inspirar sua jornada empreendedora: Um exemplo para chamar de seu”, produzido pelo Sebrae e a Endeavor. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/50-historias-para-inspirar-sua-jornada-empreendedora,59d8aa7dab90d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 25 jun. 2021.

para quem o investimento em capital humano é pensado muito antes de o sujeito tornar-se trabalhador: “André cresceu ouvindo” do pai e da mãe que a formação da competência-máquina é constituída desde o início da sua vida. Isso não se deu de forma transparente, e sim, por meio do discurso do empreendedorismo presente dentro de casa e expresso junto a outros dizeres, a exemplo da experiência de vida dos pais como forma de mudar a posição do filho para um sujeito do mercado.

Ora, esse discurso foi enunciado pelo pai, quando falou sobre “os caminhos para o futuro” - como conhecemos até hoje acerca dos dizeres populares “para ter futuro, você precisa estudar” -, o qual atualmente é mostrado pela “tecnologia”, quando antes era orientado para/pelos cursos de Medicina, Direito ou Engenharia. Percebe-se, assim, que o discurso esteve presente na prática da mãe, que “enfrentou” dificuldades, “trabalhou” de forma precária e “hoje é”, ou seja, conquistou seu espaço no ambiente empreendedor após seguir o ritual da jornada de herói que inspira o próprio filho.

Esse conjunto de discursos - em forma de pensamentos, imagens e ideias - apresentam o empreendedorismo como um “sonho”, como possibilidade de transformar realidades. Mas, para isso, é necessária uma mudança de comportamento. O empreendedor, desde criança, deve ser incentivado a ser “agitado” e “inquieta”.

Como diz o próprio título dessa história, “De Recife para o mundo”, o empreendedor “não conseguiria viver dentro das regras e dos padrões”, pois o sonho é maior do que a busca pela estabilidade do trabalho e salário certo. Ser empreendedor é “deixar empregos consolidados em busca de uma causa maior: transformar mercados e a si mesmos”, conforme descreve o subtítulo do capítulo 4 da cartilha que tem como tema “Larguei tudo e fui viver meu sonho”.

No entanto, dentre essas histórias inspiradoras, o projeto de sociedade que busca apagar a negatividade pouco resiste aos embates dos discursos em que a inspiração convive com o ódio, com o preconceito, com a violência, com um complexo circuito dos afetos. Conforme sintetiza Casaqui (2018, p. 56),

[...] no projeto de sociedade empreendedora, os agentes dessa cena elegem a inspiração como forma de propagar a “boa nova”, o ideário em sintonia com a sociedade neoliberal discutido por Dardot e Laval (2016). Uma sociedade idealizada como ambiente de inspirações mútuas, de harmonia para a transformação do mundo em um lugar planejado, conduzido e habitado por empreendedores.

O processo de significação a que se chega é que a inspiração tem um papel central na construção dos discursos articulados à cultura empreendedora: por um lado, esvazia o caráter político do projeto da sociedade empresarial; por outro lado, mobiliza o circuito dos afetos positivos. Nesse ínterim, circulam discursos com *efeitos de sentido* de uma positividade empreendedora, que contribui para que estigmas em torno da necessidade de permanecer na concorrência estabelecida pelas relações atuais de produção passem a afetar todos os aspectos da vida na sociedade empresarial. Essa discursividade acerca de um corpo social competitivo, individual e egoísta está no inconsciente e se porta como uma manifestação normal, visto que é reflexo do contexto em que se vive desde o início da sociedade de mercado.

3.3 A espiral discursiva dos afetos no discurso do empreendedorismo

O conhecimento sobre os afetos em Spinoza e sobre o discurso em Pêcheux permite agora interpretar como o discurso dos afetos é apropriado pelo discurso do empreendedorismo para se reproduzir a ideologia de mercado. Para isso, foi necessário entender uma questão a mais dentre esses pontos de contato no pensamento dos filósofos: da mesma forma que em Spinoza os *gêneros do conhecimento* evoluem, entendendo os afetos para utilizá-los de forma que o sujeito se torne mais potente, em Pêcheux esse caminho é feito por meio da linguagem, através da qual se vai interpretando os discursos para se aproximar da realidade.

No entanto, da mesma maneira como o conhecimento, o mais forte dos afetos, mostra o caminho para que o sujeito possa se apropriar dos afetos em busca de mudança/transformação da realidade, o discurso do mercado também se apropria da mesma estratégia, mas de forma a inverter a realidade em favor dos interesses econômicos⁶⁵.

O intuito da ideologia capitalista é fazer com que o sujeito se torne “empresa” por meio dos *maus-encontros* com o medo, com a ansiedade etc. que o afetam, ou

⁶⁵ Vale ressaltar que é próprio do mercado se apropriar dos espaços de luta das maiorias minorizadas para fazer desses mesmos espaços uma forma de perpetuar o capital. Um exemplo desse fenômeno foi quando as mulheres se impuseram contra a “ditadura dos cabelos lisos” e voltaram a usar os cabelos cacheados, crespos etc., sem química. Nesse movimento, o mercado enxergou a possibilidade de se “apropriar” dessa causa com a mera finalidade de vender produtos destinados a esse tipo específico de cabelo.

com os afetos “positivos” que o tom do discurso capitalista se utiliza para encobrir a realidade. Para se afastar dos sofrimentos, o sujeito-empresa busca sua liberdade na falsa promessa do mercado que o aprisiona à ilusão de ser livre enquanto sujeito empreendedor.

Para demonstrar essa questão, tomam-se os discursos que circulam na sociedade contemporânea “conectada”⁶⁶ ao consumo, os quais acendem uma discussão sobre as regras ditadas pelo mercado como estratégias discursivas que conduzem o sujeito empresarial para o sofrimento de consumir e ser consumido pelas novas exigências da vida *online*.

O tema é apresentado no momento que o crescimento do ambiente virtual apresenta novas realidades que modificaram as práticas de trabalho, ou melhor, de uma vida para o trabalho – uma vida pensada para ser exibida a fim de provar o próprio reconhecimento e, conseqüentemente, causar inveja no outro que, ao buscar por informação no meio *online*, será também conduzido pelo desejo de comprar não só produtos e serviços, como também seduzido pela ideia de se tornar um sujeito-empresa. É nesse contexto que o sujeito empresarial é contaminado pelo temor de perder algo, como o “medo de ficar de fora” (do inglês “Fear of Missing Out” – FoMO) do *boom* de informações que os internautas compartilham nas plataformas digitais.

De acordo com artigo de *O Estado de S. Paulo* (2011), o termo FoMO foi utilizado pela primeira vez no jornal *The New York Times*, em 2011, e alertou o público sobre o que poderia ser um sintoma do uso exacerbado da tecnologia digital, que ocorre quando uma pessoa se sente excluída ao notar, por meio das redes sociais digitais, que os outros estão fazendo algo que ela não está. Esse medo de perder – ou a perda propriamente dita – sempre existiu (O ESTADO DE S. PAULO, 2011). Porém, numa contemporaneidade tão afetada pelas tecnologias digitais, a situação se agrava: o sujeito empresarial não pode, não consegue e não quer desconectar.

O sujeito-empresa está sempre *online*, numa prontidão emblemática, e, assim, sente-se ilusoriamente mais seguro por saber que pode se comunicar e se manter informado o tempo todo. O comportamento FoMO é, de acordo com o estudo desenvolvido por Cândido e Amaral (2021), um dos exemplos mais relevantes do uso contemporâneo da internet: a autopropaganda. Quanto mais determinado o usuário

⁶⁶ A expressão “conectada” denota dois sentidos interdependentes: primeiro, o de conexão com a internet; segundo, o de conexão entre pessoas para efetuarem compras e vendas, firmarem identidade de sujeitos, que o são ao possuir.

estiver de provar o seu reconhecimento, ou seja, de que está “vivendo a vida”, mais medo/ansiedade isso causa em seus seguidores, os quais, então, sentir-se-ão impelidos a fazer o mesmo. Esse é um processo que se retroalimenta.

Nesse cenário, é possível mobilizar gestos de descrição e interpretação do discurso do mercado, materializado nas palavras que circulam nas redes sociais digitais do sujeito empresarial ou daqueles que produzem discursos destinados a ele. De acordo com Courtine (2016a), tais palavras podem ser a existência material essencial do sofrimento: a ansiedade pode ser a situação de sofrimento que o sujeito-empresa teme experimentar.

A materialidade linguístico-discursiva “E fora do story, você tá bem?”⁶⁷ (que circulou no meio digital em agosto de 2021) põe em questão a condição do sujeito empresarial fora do cenário discursivo digital. O discurso do mercado se apropria dessa instabilidade para aprisionar o sujeito ao universo digital, do qual se serve para responder aos propósitos da sociedade capitalista.

O *meme*⁶⁸ “E fora do story, você tá bem?” é uma referência à vida “perfeita” e ao sucesso profissional mostrados na internet. Demonstra, ainda, o quanto as pessoas sofrem com as comparações com o outro – um objeto de desejo insaciável. A materialidade linguístico-discursiva também representa uma resposta aos princípios propagados pela lógica neoliberal, os quais apresentam efeitos de positividade sobre a busca de liberdade, autonomia e reconhecimento, mas que silenciam sobre o caráter negativo da competitividade (DARDOT; LAVAL, 2016).

Do material da língua (o *meme*), chega-se ao discurso do mercado (o processo de sustentação da ordem vigente que enaltece a competitividade como valor a ser perseguido). Nessa linha, argumenta-se, adiante, como os meios discursivos (*logos*, *ethos*, *pathos*)⁶⁹ são mobilizados para o funcionamento do discurso do mercado. Mais especificamente, como as estratégias argumentativas do discurso do mercado enaltecem a competitividade e apelam aos afetos de medo e ansiedade como forma de persuasão para que o sujeito se torne uma “empresa”.

⁶⁷ A matéria do portal Terra “#foradostory, você tá bem?”, de Julia Natulini (2021), permite ao leitor se inteirar do assunto.

⁶⁸ De acordo com Mari Jr. e Michelan (2019), o *meme* é um formato de comunicação comum na internet, que combina texto e imagem em mensagens curtas e quase sempre em tom de humor, mas que podem conter importantes significados e serem bastante úteis para os membros de uma comunidade online.

⁶⁹ O grande marco de Aristóteles, em *Retórica*, foi a união desses três elementos que estiveram presentes nos discursos, além de atribuir à retórica o objetivo de conhecer os meios de persuasão, e não o de persuadir.

Sobre os meios discursivos, sabe-se que foi através do estudo e do embate de ideias que Aristóteles compôs uma de suas grandes obras, a *Retórica*, que ele descreveu como a “arte de bem dizer, arte de persuadir, arte moral, eis os elementos implícita ou explicitamente verificados em quase todas as definições de retórica” (ARISTÓTELES, 2012, XXI) e que ele dividiu em três pilares: *logos*, *ethos* e *pathos*. A retórica poderia ser definida como a arte de escolher o melhor argumento a cada caso com fins de persuasão. Nesse ponto, é preciso sublinhar que “o *logos*, entendido como discurso e razão, é, para Aristóteles, simplesmente um dos polos do empreendimento de persuasão retórica” (AMOSSY, 2018, p. 18).

O *logos* é a argumentação racional que pretende persuadir pelas vias do argumento e da prova. No entanto, as provas inerentes ao discurso são de três espécies. Enquanto no *logos* as provas residem no próprio discurso; no *ethos*, as provas estão no caráter moral do orador; e no *pathos*, na disposição do auditório. Esses meios discursivos conferem ao texto (materialidade linguístico-discursiva) sua força de persuasão.

A importância do *ethos* está na imagem que o orador projeta de si mesmo em seu discurso, o que contribuiu para assegurar sua credibilidade e autoridade: “As pessoas se deixam mais facilmente persuadir por um homem cuja probidade é conhecida do que por uma pessoa de honestidade duvidosa” (AMOSSY, 2018, p. 18). Já o espaço do *pathos* é atribuído à emoção⁷⁰ que o orador busca suscitar em seu auditório, “pois é importante tanto comover quanto convencer, caso se queira conseguir a adesão e modelar comportamentos” (AMOSSY, 2018, p. 18).

É relevante destacar, ainda, que a retórica aristotélica considera, segundo Amossy (2018, p. 18), “a força da palavra um motor da ação social no seio de uma visão em que (1) a figura do locutor tem um papel determinante e (2) razão e paixão estão interligadas”. Nesta última (a paixão), identifica-se o efeito da emoção no discurso do locutor, que argumenta com o intuito de provocar seu auditório, visto que, na argumentação que se baseia na emoção, está presente a “exploração fremente

⁷⁰ Entende-se que, aqui, a “emoção” tem o sentido de afeto passivo (paixão), pois o auditório (sujeito-empresa) é constrangido pelas forças externas do orador (*porta-voz* do discurso do mercado), que determinam a maneira pela qual o auditório age (de modo que age passivamente), desconhecendo a causa do seu desejo. De acordo com Spinoza (2016, p. 98; *E, III, def.3, expl.*), “quando podemos ser a causa de alguma dessas afecções, por afeto compreendo, então, uma ação; em caso contrário, uma paixão”.

dos sentidos, do entusiasmo, de uma condição de existência dramática ou jubilosa” (CARRASCOZA, 2004, p. 32).

O foco no efeito de emoção no argumento para fins de convencimento leva ainda a pensar sobre a seguinte questão: de que forma os meios discursivos, em especial o *pathos*, fazem-se presentes no discurso do mercado dirigido a um sujeito empresarial, cujo comportamento é descrito como FoMO, que tem “medo de ficar de fora”? Essa pergunta é importante para entender a materialidade linguístico-discursiva a ser analisada, o *post* em rede social digital “Leia esse texto: o que as pessoas compram, na verdade?”⁷¹, extraído do perfil do Instagram @keylagabrielleoficial (GABRIELLE, 2021), mentora de *marketing* digital que acumula mais de 58 mil seguidores.

O critério de escolha dessa rede social digital se deve ao fato de o Brasil ser o terceiro no *ranking* de maior número de usuários do *Instagram*, sendo esta a quarta rede social digital mais usada pelos brasileiros em 2021. O perfil da mentora Keyla Gabrielle foi escolhido porque ela é referência, em Alagoas, na formação de empreendedores para a utilização desta rede social digital como ferramenta de venda, tendo capacitado mais de 5 mil alunos desde 2017.

A referida postagem foi selecionada para análise porque o discurso da mentora digital demonstra como as estratégias argumentativas utilizadas pelo discurso do mercado se utilizam dos afetos. Na própria biografia do *Instagram*, a *intenção argumentativa*⁷² está posta na descrição: “Mentora de mulheres que desejam posicionar sua marca pessoal e escalar seu ticket através do digital”. Para a análise, reproduz-se a *sequência discursiva* 15 (SD 15).

SD 15 - Para de vender os benefícios dos seus produtos/serviços e se concentre na intangibilidade que eles proporcionam. Qual a EMOÇÃO que seu cliente compra ao adquirir o seu produto? [...]. Você está falando sobre esses SENTIMENTOS nos seus conteúdos? Ou está tentando vender o frasco do perfume? [Publicação do perfil @keylagabrielleoficial na rede social digital Instagram].

⁷¹ Ver GABRIELLE, Keyla. Leia esse texto: O que as pessoas compram, na verdade? Maceió. 3 set. 2021. Instagram: @keylagabrielleoficial. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CEq6Y3jp0Kw/>>. Acesso em: 9 set. 2021.

⁷² Amossy (2011, p. 132) entende a *intenção argumentativa* como “estratégia de persuasão programada”, quando há intenção explícita de persuadir o outro.

O *post* mescla o discurso pedagógico (a mentora ensina a vender produto/serviço na rede social digital) e o discurso do mercado (a mentora vende o seu próprio serviço: a mentoria de posicionamento digital). Para alcançar esse objetivo, o discurso, aparentemente pedagógico, instrui sobre a estratégia discursiva do mercado de forma velada. Segundo Amaral (2016, p. 157), o discurso pedagógico “reveste-se de competência para definir conceitos, divulgar novas ideias e explicitar sentidos”. Isto é, a interdiscursividade mercado-publicidade-pedagógico apresenta a mentora digital como aquela que “detém o saber e está capacitada para ensinar, transmitir informações” (AMARAL, 2016, p. 157), isto é, como *porta-voz* do discurso do capital.

Assim como o discurso do mercado orienta, na SD 15, como convencer o outro para o consumo, é possível ver também a estratégia de *dimensão argumentativa*⁷³ (quando a persuasão ocorre de forma indireta) em anúncios como “É menos sobre você e mais sobre quem você pode ajudar” (DANTAS, 2021), que reforça a tese máxima do discurso publicitário, “o secundário é o principal” (CARRASCOZA, 2014, p. 24), anunciada por Fernando Pessoa (*apud* FERREIRA, 1986). Isto remete ao princípio essencial da publicidade, que é o de “esconder, o mais possível, o intuito publicitário”, ainda segundo Fernando Pessoa (*idem*, *ibidem*, p. 148).

Vale ressaltar que, tanto na *intenção argumentativa* quanto na *dimensão argumentativa*, o discurso do mercado não é admitido de forma objetiva. Para interpretar o caráter indireto da estratégia argumentativa do mercado, a identificação dos elementos de saber que fazem funcionar as estratégias de argumentação no discurso são essenciais para o gesto de interpretação do/a analista de discurso.

Portanto, o que é importante é identificar e analisar a maneira como esses discursos destinados a, antes de tudo, informar, descrever, narrar, testemunhar, direcionam o olhar do alocutário para fazê-lo perceber as coisas de uma certa maneira. Em todos os casos, a argumentação é inseparável do funcionamento global do discurso, e deve ser estudada no quadro da Análise do Discurso. (AMOSSY, 2011, p. 132).

Amossy (2011, p. 132) destaca ainda que “a argumentação aparece como um encadeamento de proposições lógicas que temos de debrear da língua natural que as

⁷³ Na dimensão argumentativa, “a estratégia de persuasão é indireta e, muitas vezes, não admitida” (AMOSSY, 2011, p. 132).

veicula e disfarça, simultaneamente”. Ela complementa que o analista “é responsável por atualizar a armadura em que se sustenta a argumentação, o esqueleto escondido sob a carne das palavras” (AMOSSY, 2011, p. 132). Como também observa Plantin (1995 *apud* AMOSSY, 2011, p. 132), “a língua natural não é um obstáculo, mas a condição da argumentação”.

Sendo assim, ainda com a SD 15, pode-se identificar que o discurso argumentativo coloca o sujeito empresarial no centro da linha de força para a persuasão. Isso significa que o meio discursivo *pathos* é utilizado para dar evidência à audiência, que é instruída/moldada a comunicar sobre o produto/serviço, de modo a destacar de que modo esse produto/serviço pode transformar a vida das pessoas, assim o fazendo com o foco nelas mesmas.

É nesse sentido que se explica a tese máxima da publicidade, em se tratando de estratégias discursivas para fins de convencimento pela via da emoção. Em outros termos, em vez de falar sobre o produto/serviço, deve-se falar sobre como esse produto/serviço ajuda o outro, dando, assim, ênfase à audiência.

Para isso, o discurso da publicidade [...] configurou [...] um caleidoscópio retórico cujo eixo – fiel à sua finalidade persuasiva de conquistar a adesão de outrem empregando a suavidade ou o choque – está em ocultar, ao menos inicialmente, seu real intuito. [...] a estrutura de um anúncio parte de uma informação secundária (um ponto de vista ou uma comparação, por exemplo) para, em seguida, no desdobramento do seu circuito discursivo, apresentar o principal (o produto ou o serviço). (CARRASCOZA, 2014, pp. 25-26).

Em meio ao conhecimento compartilhado e à necessidade de ação no ambiente *online*, o sujeito empresarial tem utilizado as redes sociais digitais de forma intensa e grave, o que é reforçado pelas mensagens com caráter de *intenção argumentativa* presentes em anúncios que circulam na internet. “Aprenda a ganhar dinheiro no Instagram com o engajamento dos seus seguidores”, anúncio da empresa *Shopify* (que desenvolve *softwares* de computadores para lojas *online* e sistemas de varejo de ponto de venda), é um exemplo do discurso do mercado que leva o sujeito-empresa ao uso exacerbado das redes sociais digitais para fins de alcançar metas comerciais.

Muitas vezes, o sujeito empresarial é levado ao excesso de trabalho digital para demonstrar a própria produtividade, o empenho em vender produtos/serviços ou ainda para promover a imagem de si mesmo e, assim, provar seu reconhecimento.

Entretanto, esse sujeito esquece que, no modelo de sociedade concorrencial, competir é uma ilusão, pois há poucas ou quase nenhuma possibilidade de um pequeno empreendedor concorrer com uma grande empresa, a qual pode contratar uma agência de *marketing* digital que se utilize de *softwares* e robôs que manipulem algoritmos, com a finalidade de abrir vantagem no processo de convencer a audiência para o consumo.

Mesmo assim, o discurso que aqui se analisa parece funcionar para convencer pequenos empreendedores a agirem como grandes empresas, ou melhor, para serem manipulados pelos capitalistas, como se pode perceber na *sequência discursiva* 16 (SD 16), extraída da mesma materialidade em análise.

SD 16 - Na sua proposta de VALOR contém [sic] as EMOÇÕES que seu cliente vai adquirir ao comprar seu produto? QUAIS AS PALAVRAS QUE VOCÊ ESTÁ DEIXANDO DE FALAR em sua narrativa de venda educacional? Muitas vezes não é conteúdo que falta, é a estratégia que está errada, a pesquisa com o cliente, o mapa de empatia que não está sendo explorado. Sem estratégia, você está perdendo TEMPO, ENERGIA E DINHEIRO (grifo nosso) [Publicação do perfil @keylagabrielleoficial na rede social digital Instagram].

A busca incessante pela conquista do sucesso no meio digital, mas sem os recursos necessários para participar da concorrência, tem levado o sujeito empresarial a ficar ansioso e temeroso, pois renuncia ao direito ao descanso e, logo, continua produzindo. O discurso do mercado reforça a ideia de que o sujeito precisa de uma estratégia, a qual já é anunciada pelo próprio mercado. Caso o sujeito não siga a rota traçada pelo capital, as sanções são de antemão anunciadas: “Você vai perder tempo, energia e dinheiro”. Com essa ameaça constante, reforça-se o sentimento de medo de “ficar de fora”, como define o consultor de *marketing* Dan Herman⁷⁴, que primeiro identificou e nomeou o termo Fear of Missing Out (FoMO):

O FoMO é experimentado como uma atitude claramente temerosa em relação à possibilidade de não esgotar as oportunidades disponíveis e

⁷⁴ No artigo “*Following the Joneses: FOMO and conspicuous sociality*”, o pesquisador Joseph Reagle (2015) explica que o consultor de marketing Dan Herman criou o site fomofearofmissingout.com em 2011 para oferecer seus serviços e reivindicar a origem do termo FoMO com base em um artigo publicado em 2000, no *Journal of Brand Management*, no qual ele definiu e descreveu o termo *Fear of Missing Out*.

perder a alegria esperada associada ao sucesso em fazê-lo. Simplificando, é a concentração de atenção na metade vazia do copo. (HERMAN, 2011)⁷⁵.

A experiência FoMO ressalta exatamente a relação com o medo do que o sujeito-empresa sente falta porque não tem tempo ou dinheiro para a sua necessidade ou desejo. Ademais, o discurso capitalista, fortalecido pela ideologia dominante, propaga a ideia de liberdade de escolhas; compartilha um princípio prático de que perder é inevitável e que, diante de uma situação com tantas possibilidades, a escolha implica renúncias.

Com essa máxima ideológica, produz um sentido de insegurança e desesperança no sujeito-empresa que julga ter perdido o que poderia ter ganhado se fizesse outra escolha. Esse medo de ter errado entre as supostas oportunidades é acirrado nesse mundo conectado e globalizado, em que opções de diferentes experiências foram expandidas até um infinito de possibilidades. É quando as redes sociais digitais exercem o papel fundamental de fazer com que os sujeitos empresariais vivenciem o *Fear of Missing Out*.

De fato, identifica-se que os discursos que elevam a importância de o sujeito estar constantemente sendo produtivo ampliam o sentimento de que falta algo se ele não estiver checando as redes sociais digitais com frequência suficiente para não perder nenhuma oportunidade de venda ou oferta de compra. Ainda nesse espaço virtual, as opções de acesso para ver o que os outros estão fazendo se ampliam, assim como também aumentam as possibilidades de provar que se produz mais que os outros, a fim de demonstrar produtividade.

Numa sociedade marcada pelo medo de perder e a pressão de ser produtiva o tempo todo, essa pressão remete à ansiedade, que Courtine (2016a) reconhece de duas formas: como um traço psicológico dos indivíduos e como uma das inquietudes privadas na era do neoliberalismo generalizado. Para Courtine (2016a, p. 20), “a ansiedade é uma zona privilegiada de produção discursiva e o medo é um instrumento de governo na era da globalização neoliberal”. Ele observa, ainda, que “a ansiedade, concebida como discurso, é o pré-construído do enunciado do medo” (COURTINE, 2016a, p. 26):

⁷⁵ Tradução da autora do original: “FoMO is experienced as a clearly fearful attitude towards the possibility of failing to exhaust available opportunities and missing the expected joy associated with succeeding in doing so. Simply put, it is concentration of attention on the empty half of the glass” (HERMAN, 2011).

Os grandes medos depositam sedimentos discursivos nas memórias coletivas, das quais a ansiedade os recolhe. A ansiedade é o domínio da memória dos medos turvados, filtrados e não totalmente apagados. Os medos enterram-se nessas memórias, esboroam-se e tornam-se desconhecidos, “brancos”, vazios e esquemáticos, mas não desaparecem completamente jamais. A ansiedade e os discursos que a materializam – os barulhos confusos, os rumores sem fundamentos, as notícias inquietantes, os complôs sugeridos, as predições alarmistas, os silêncios longos e amedrontadores... são absolutamente ao mesmo tempo o fantasma dos medos antigos e o presságio dos temores futuros. (COURTINE, 2016a, pp. 26-27).

Tal funcionamento discursivo do mercado, que provoca medo e ansiedade, não se dá a perceber imediatamente: podem-se sentir seus efeitos produzidos pelo *silenciamento*⁷⁶ de um “estado determinado de relações entre classes que compõem uma comunidade em um determinado momento de sua história” (BRANDÃO, 2012, p. 107). Isso porque o discurso silencia a relação do sujeito com seu tempo, tornando-o dependente dele e afetado pela ansiedade e pelo medo.

Cabe dizer, ademais, que os discursos são a trama da memória coletiva, dos temores antigos e dos medos e das ansiedades mais recentes. Nessa relação do discurso do mercado com o apelo emocional, evidencia-se a linguagem como a existência material das emoções. Estamos diante, pois, do discurso do mercado que se vale da estratégia argumentativa dos afetos (medo/ansiedade). Desse modo, para fins de interpretação, a atividade discursiva da/o analista equivale a

[...] depreender na ansiedade estruturas narrativas flutuantes, parcialmente submersas e amplamente indeterminadas, que comportam lugares vazios de sujeito e de objeto, mas prontas para serem convertidas em discursos do medo, carregados de ameaças e de inimigos, quando as circunstâncias históricas reclamam-nas e quando tais narrativas voltam à tona. (COURTINE, 2016a, p. 26).

Com os estudos de Courtine (2016a) acerca da história da sensibilidade, identifica-se que o discurso da ansiedade é constituído de *memória discursiva* que funciona na ordem do dizer de outros discursos flutuantes de medos antigos, que podem se tornar a matriz discursiva de novos medos, deslocados em direção a novos

⁷⁶ Em “Análise de Discurso: princípios e procedimentos”, Eni Orlandi (2015) aponta que o silenciamento se trata, dentre as formas de não-dito, de uma política do silêncio, na qual um discurso apaga outros discursos.

objetos. Há ainda outra dimensão nesse processo discursivo: a inveja solitária motivada pela exclusão social.

O medo de perder ou de ser deixado de fora estimula os sujeitos empresariais a reagirem à demonstração da grandiosidade de outros de forma que produzam ainda mais conteúdo promocional nas redes sociais digitais, levando a uma *espiral discursiva*⁷⁷, isto é, a um discurso que se retroalimenta e se movimenta por meio de uma curva que gira em torno de um ponto central, dele se afastando ou se aproximando, segundo as condições de produção determinadas pelo capital.

A *espiral discursiva* funciona quando, ao promover seu produto/serviço ou a sua própria produtividade, o sujeito-empresa explora o medo no outro, por meio da mesma ameaça que o aflige. Desse modo, o outro é então ainda mais afetado pelo medo e todas as suas formas de expressão, reagindo a um processo de autopromoção que se retroalimenta. O que resulta desse processo é um sujeito sempre conectado, por assim se sentir contraditoriamente “seguro” porque inflige o mal no outro, mal que também o aflige. Isso acontece por saber que pode exibir sua produtividade e se manter informado sobre a produção dos seus concorrentes o tempo todo.

Em outras palavras, fomentam a concorrência, afastando a insegurança da exclusão social, ao incutir no outro o medo, a ansiedade e a inveja da qual também padecem. Desse modo, os sujeitos empresariais encontram nas redes sociais digitais o espaço apropriado para comprovar que estão produzindo e respondendo às necessidades ditadas pela vida na sociedade de consumo; parecem ser únicas, exclusivas por serem produtivas em um contexto tão adverso propagado pela ilusão da possibilidade de participar da concorrência.

O argumento do discurso de mercado, hoje involucrado como empreendedorismo digital, como se vê nas SDs até então analisadas, recebe a adesão do sujeito trabalhador, uma vez que, sem leis trabalhistas e sem políticas de incentivo ao pleno emprego, inevitavelmente se observa o crescimento do desemprego e da precarização do trabalho, fazendo com que cada vez mais pessoas aceitem qualquer forma de ocupação e de geração de renda, em qualquer condição, para se sustentarem.

⁷⁷ Este conceito, de autoria de Danielle Cândido, foi inicialmente apresentado no artigo *Consumir e ser consumido: uma análise discursiva das novas exigências da vida online* (CÂNDIDO; AMARAL, 2021).

Nesse contexto, em que se verifica um aumento na concorrência entre trabalhadores, uma explosão do exército de reserva⁷⁸ e um tecido social em que qualquer exclusão do trabalho representa estar ligado à própria sorte, há um ambiente de constante ansiedade diante do medo da miséria. Por isso que se sustenta o argumento de que a ansiedade e o medo são afetos centrais no neoliberalismo, que impelem as pessoas a não questionarem o sistema e a aceitarem qualquer condição de (sobre)vida.

Os discursos que circulam com base no apelo ao medo/ansiedade incitam, com efeito, o temor para conseguir submissão e aquiescência dos sujeitos empresariais. Isso acontece porque o neoliberalismo instrumentalizou o sofrimento para ganhos de produtividade dos trabalhadores e atenuação de possíveis revoltas políticas.

O adoecimento que hoje acomete o sujeito-empresa é um sintoma da sociedade de consumo, que, por um lado, apresenta a competição de todos contra todos como um caráter positivo para a concorrência; por outro lado, pune com a exclusão social e a falta de direito à solidariedade ou qualquer espaço de comunhão aqueles que não se adéquam ou se inserem nesta sociedade. Conforme descreve Han (2015), em *Sociedade do cansaço*, o neoliberalismo gesta, administra e conduz o sofrimento humano.

Quando se afirma que o discurso do mercado produz sofrimento, depara-se com uma questão complexa. Isso decorre do fato de que o funcionamento discursivo do projeto neoliberal depende de certos níveis de tensão para manter os sujeitos produtivos, a saber: cria-se uma sociedade de todos contra todos e sujeitos que agem individualmente; elimina-se qualquer aparato institucional de solidariedade e de proteção ao trabalhador; e mercantiliza-se tudo para que todos sejam reféns de uma única lógica, a do mercado.

Assim, sem políticas de proteção e com tudo mercantilizado, resta o mercado para prover as necessidades das pessoas, que só conseguem assim satisfazê-las com dinheiro – o que é potencialmente mais difícil sem leis trabalhistas que assegurem uma renda estável aos indivíduos. Desse modo, surgem os sofrimentos enaltecidos pelo medo/ansiedade de uma vida para o consumo.

⁷⁸ De acordo com Marx (1996), a população trabalhadora excedente é um produto necessário da acumulação ou do desenvolvimento da riqueza com base capitalista e constitui um exército industrial de reserva disponível.

Portanto, com base nos elementos de saber do discurso do mercado, as estratégias argumentativas que se apoiam na emoção para fins de convencimento (*pathos*) apresentaram uma aparência social de ordem, enquanto a sua essência é o de controle político, econômico e social, com o objetivo de o capitalismo enquanto sistema permanecer no poder. A *porta-voz* do discurso do capital (a mentora digital) fez isso utilizando-se da empatia, da capacidade de extrair a emoção do público – como medo e ansiedade –, com o intuito de atrair a audiência. Pode-se entender, destarte, que sentimentos convencem e que a persuasão é amparada por um discurso emocionado.

Ainda para esse efeito persuasivo, a mentora digital, munida da força de seu *ethos*, utilizou-se de estratégias discursivas que foram observadas, descritas e interpretadas na relação entre a transparência e a opacidade da linguagem: enquanto promoveu a necessidade de divulgação de produtos/serviços, ocultou que a concorrência é um efeito que leva o sujeito a pensar que pode participar e competir na sociedade de mercado. Isto é, propagou-se uma ilusão, um *efeito* de concorrência.

Nessa interpretação, a figura do *porta-voz* é importante na estratégia de persuasão porque possui autoridade para com o público e é reconhecido pela boa moral. Isso significa que o *porta-voz* pode modelar a percepção do público, como se pôde observar no discurso analisado, pelo qual se compartilham experiências, usa-se de linguagem amigável, apresenta uma vontade de ajudar e passar segurança em ensinar.

Já o *logos*, o terceiro dos polos do empreendimento de persuasão retórica, representa o espírito de razão no discurso. No discurso publicitário, a ênfase na lógica não é mais tão utilizada como antes, pois se identificou que os argumentos emocionais têm um poder maior de persuasão, uma vez que as estratégias discursivas com foco na emoção acendem uma centelha de ideias na cabeça do público. Mesmo assim, há traços da argumentação racional no discurso que tentou convencer e, por isso, o argumento que se apoia na razão é importante para provar logicamente o que está sendo dito.

Com efeito, percebe-se que o modo como opera a modalidade discursiva argumentativa baseada nos afetos de medo e ansiedade perpassa os meios discursivos *logos*, *ethos* e *pathos*. Em se tratando do comportamento FoMO, o discurso do medo apresenta um argumento racional (*logos*) da necessidade de pertencimento ao grupo de empreendedores de sucesso; o sujeito do discurso (ou

porta-voz do discurso do capital, a mentora digital) emerge da construção de uma imagem de poder e influência (*ethos*) sobre o outro; este outro, por sua vez, é arrebatado pelo discurso que se endereça ao sentimento em detrimento da reflexão (*pathos*), o que leva à ansiedade de atender às necessidades ou aos desejos impostos pela sociedade de mercado, devido ao medo, à ansiedade e a toda uma configuração de afetos que leva o sujeito-empresa a temer a perda do que Spinoza descreve como *bens de fortuna*⁷⁹.

Nota-se, assim, que essa proposta de aproximação entre a argumentação e a AD, com base numa *leitura sistemática, afetiva e sintomal*, provocou questionamentos que levaram a novos conhecimentos e a possibilidades de interlocuções nos estudos da Linguística. Dentre eles, identifico, que o apelo ao medo, dentre outros afetos que movimentam a *espiral discursiva* do empreendedorismo, é uma forma de a lógica capitalista conseguir submissão e aquiescência dos sujeitos, que formam uma multidão ansiosa em busca de segurança (CÂNDIDO, 2017a).

⁷⁹ Em trabalho anterior (CÂNDIDO, 2017a) explica que, na gênese psicológica da superstição, a inconstância e a credulidade são as propriedades do indivíduo supersticioso. A inconstância, no caso em tela, se refere à constituição afetiva, mais especificamente a um medo particular cuja origem remonta aos amores imoderados por bens de fortuna, que são as riquezas, os cargos honoríficos (poder) e os prazeres. Rocha (2008) acrescenta que o tempo da inconstância supersticiosa é dividido em dois ciclos principais: posse e privação. No ciclo da posse (ou prosperidade), o supersticioso ostenta sabedoria; na privação (adversidade), tornam-se intensas as paixões da esperança e do medo – inflamado e dominado pela ausência dos bens de fortuna almejados, o que consiste na causa da superstição.

4 - O ENTRE-DOIS NO DISCURSO: TODO AFETO É PASSAGEM PARA SERVIR OU PARA LIBERTAR

Servidão e liberdade são termos extremos. Para desvendar o que acontece entre os dois, Santiago (2011) explica que todos os problemas residem sob esta preposição: *Entre servidão e liberdade*⁸⁰, título da obra em que o autor explica porque a preposição delimita um espaço de transição⁸¹, visto que, longe de constituir um campo estático, é lugar de passagens e mudanças: do homem situado entre os dois abismos (servidão e liberdade) que lhe foram dados pela natureza; e da transformação possível exatamente por não se estar afundado em nenhum dos abismos. Nessa perspectiva, o entre-dois é não só tão importante quanto os extremos, como também se salienta sobre eles.

O meio representa o reconhecimento das contrariedades, da condição humana, e é nele que se dá a verdadeira transformação – a convicção de que se precisa alcançar o meio que indica o tom apropriado ao discurso, nem muito alto, nem muito baixo. Nas palavras de Santiago (2011, p. 4), “estamos entre extremos, é aí que o pensamento tem de se virar para entender o que somos e poder agir sobre o que seremos”. Essa é uma ideia fundamental para o projeto ético de Spinoza e que se vincula à questão dos variados graus de potência da natureza dos indivíduos.

O pensamento spinozano ensina que “vivemos numa variação contínua” (SPINOZA, 2016, p. 235; *E*, V, esc. 39). Sendo assim, todo afeto é passagem e a vida tem a forma de incessante trânsito para lá (afetos para servir) e para cá (afetos para libertar). Em outras palavras, um mesmo ser desejante pode mover-se numa ou noutra direção, e com os termos “servidão” e “liberdade” se designam as correlações desse movimento e a sua dinâmica na particularidade do discurso dos afetos.

Falar sobre os afetos é pensar no interesse vital que, do lado do corpo, o faz mover-se, e, do lado da mente, a faz pensar. Esse interesse vital trata-se da potência ou esforço de perseverar na existência, o que Spinoza (*E*, III, P7) denomina como *conatus*, isto é, a essência atual do corpo e da mente. Sabe-se que é da essência do

⁸⁰ O trabalho apresentado pelo filósofo Homero Santiago, em 2011, ao Departamento de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de livre-docente na disciplina Filosofia Geral, foi publicado em formato de livro em 2019. Aqui, citou-se a tese apresentada à universidade.

⁸¹ Para delimitar um campo problemático que se pode dizer situado entre servidão e liberdade, Homero Santiago (2011) se baseia em PASCAL, Blaise. **Pensamentos**. Tradução de Mario Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

homem estar disposto interna e positivamente em direção à existência. Todo indivíduo é *conatus*, tanto como princípio de conservação, como também enquanto potência de existir e agir em perpétua variação. E assim cada um se define, pela intensidade maior ou menor da força de existir, de cuja variação depende a qualidade do desejo.

O homem é um ser que se esforça para se conservar, para criar e se expandir, e é também um ser que deseja. Desejo é *conatus* porque o desejo é aquilo que move o sujeito, e esse movimento varia de acordo com a natureza do desejado. Diferentemente da leitura antiga, que entende que o movimento das coisas faz o homem desejar imprudentemente, em Spinoza o desejo é causa do movimento que leva cada um a uma vida melhor: “O desejo é a própria essência do homem, enquanto esta é concebida como determinada, em virtude de uma dada afecção qualquer de si própria, a agir de alguma maneira” (SPINOZA, 2016, p. 140; *E, III, def. 1*). Ainda nesse sentido, dirá:

Compreendo, aqui, portanto, pelo nome de desejo todos os esforços, todos os impulsos, apetites e volições do homem, que variam de acordo com o seu variável estado e que, não raramente, são a tal ponto opostos entre si que o homem é arrastado para todos os lados e não sabe para onde se dirigir. (SPINOZA, 2016, p. 141; *E, III, def. 1, expl.*).

O enunciado de Spinoza leva às seguintes questões: se todo indivíduo é desejo, como conhecer as causas do que se deseja? Quando isso não acontece? Por um lado, quando se é constrangido pelas forças externas que determinam a maneira pela qual se age (de modo que se age passivamente), desconhece-se a causa do desejo, o que a filosofia spinozana chama de “causa inadequada”; por outro lado, quando a própria potência determina o sujeito a agir, internamente disposto e sem constrangimentos externos, se é causa adequada do desejo. Se, enquanto ser desejante, o homem for capaz de se tornar causa desse desejo, estamos no caminho da ética, a qual entende o conhecimento como uma maneira para produzir desejo de forma ativa, em vias de liberdade.

Com o entendimento de *conatus*, pode-se definir afeto como uma de suas variações ou, nas palavras de Chauí (2011, p. 88), “os afetos não são simples emoções, mas acontecimentos vitais e medidas de variação de nossa capacidade para existir e agir”. Spinoza (2016, p. 98; *E, III, def.3*) diz: “Por afeto compreendo as afecções do corpo, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada, e, ao mesmo tempo, as ideias dessas afecções”. O filósofo

apresenta, em uma mesma definição, tanto a dimensão física (afecção) quanto o aspecto mental do afeto (ideias das afecções). Nesse sentido, afeto e afecção são conceitos indissociáveis na filosofia spinozana e encontram-se intimamente ligados ao corpo.

O termo “afecção” é empregado para designar o efeito que um corpo produz sobre o outro, anunciando uma relação de reciprocidade entre os corpos, conforme explicou Deleuze (2019) ao descrever que o contato com os raios do sol esquentando o corpo, cujo efeito indica um estado do corpo afetado, como também a natureza do corpo afetante. Por seu turno, o conceito de afeto em Spinoza apresenta um ensinamento relevante: o emprego da locução adverbial “ao mesmo tempo” para se referir ao que se passa no corpo simultaneamente ao que se passa na mente. Então, entende-se que, para toda afecção corporal, uma ideia ocorreria por correspondência, pois tudo o que se passa no corpo é percebido pela mente, já que ele é seu objeto, e, sendo assim, toda vez que se falar em experiência coextensivamente se falará em pensamento ou ideia a ela correlata.

De modo ilustrativo, a afecção é um acontecimento instantâneo, como se deparar com uma pessoa/coisa querida ou uma pessoa/coisa desagradável; e o afeto é a variação que esse acontecimento opera em nós, uma experiência que envolve simultaneamente o corpo e a mente, ou seja, uma variação da força de existir se expressando concomitantemente nos dois atributos, pois ele é *ao mesmo tempo* a afecção e a ideia dessa afecção.

Spinoza (2016, p. 98; *E, III, def.3, expl.*) ainda descreve que, “quando podemos ser a causa de alguma dessas afecções, por afeto compreendo, então, uma ação; em caso contrário, uma paixão”. No entanto, os afetos passivos, ou paixões, não são vícios nem pecados, mas os efeitos de o homem ser parte da Natureza e viver ao sabor dos encontros, quando pode ser afetado de modo a aumentar ou diminuir sua potência, isto é, por afetos alegres ou tristes. Já os afetos ativos, também chamados de ações, só podem ser necessariamente alegres, porque o corpo sempre se esforça para aumentar sua potência de agir.

Diante da multiplicidade de afetos, Spinoza introduz os conceitos que explicam a variação da intensidade da força vital do corpo e da mente ao definir os três afetos primários, dos quais nascem todos os outros, conforme Chauí (2011, p. 87) explica:

[...] a *alegria*, ou o sentimento que temos do aumento de nossa força para existir e agir, ou da forte realização do nosso ser; a *tristeza*, ou o

sentimento que temos da diminuição da nossa força para existir e agir, ou da fraca realização do nosso ser; e o *desejo*, ou o sentimento que nos determina a existir e agir de maneira determinada.

Alegria, tristeza e desejo se combinam em múltiplas formas dando origem a inúmeros afetos, de modo que, segundo Spinoza, não há um número suficiente de palavras para exprimir todos. O filósofo nomeia alguns deles como ódio, medo, inveja (afetos tristes); frustração, vingança, crueldade (desejos tristes); amor, esperança, generosidade (afetos e desejos alegres). Essa combinação incessante de afetos alegres, tristes e desejantes indica, segundo Chauí (2011), que cada indivíduo é constituído por um sistema de forças de intensidades distintas, que permite vencer afetos tristes por alegres, mas também oscilar entre alegrias e tristezas.

Entretanto, como as paixões são inconstantes, ou seja, aquilo que dava alegria pode, no momento seguinte, trazer tristeza, precisa-se realizar a passagem da heteronomia passional à autonomia corporal e intelectual. Para esse movimento, o autor da *Ética* propõe compreender melhor a servidão, a qual ele conceitua como “a impotência humana para regular e refrear os afetos” (SPINOZA, 2016, p. 155; *E, IV, Praef*).

A servidão humana se dá porque a realidade atravessa o indivíduo constantemente e é impossível que, dada a sua infinita potência, ela não o submeta a inúmeras formas de ser afetado, de modo que o homem submetido aos afetos passionais não está sob seu próprio comando, mas sob o do acaso. Isto é, o homem sujeitado não está sob a jurisdição de si mesmo, *sui juris*, conforme o significado jurídico (aquele que é autor quando for causa adequada dos movimentos do seu corpo e do encadeamento de suas ideias-afetos). Este sujeito passar a estar, assim, sob o poder da Fortuna, a qual, no entendimento spinozano, é a dominação inconsciente de mulheres e homens pelas causas exteriores, causas estas que a humanidade julga estar sob o seu controle, mas que, em contrapartida, dominam-na e a colocam no campo da servidão, *alienus juris*.

Na interpretação de Chauí (2011), aquele que, por impotência, deixa de estar *sui juris* para ficar sob o poderio de uma outra força experimenta quatro situações simultâneas que resumem o quadro inicial da servidão humana:

[...] a da alienação (está *alienus juris*, ou, como prefere Espinosa, *alterius juris*); a da contrariedade (vendo o melhor, sente-se coagido a fazer o pior para si); a da violência (estando sob as forças dos afetos, é

arrastado ao pior pela incerta e caprichosa fortuna); e da fraqueza (perda de direitos e poderes, sujeição). (CHAUÍ, 2011, p. 208).

No *Tratado Teológico Político*, Spinoza (2004) denuncia três personagens que sustentam a servidão: o homem das paixões tristes, o homem que explora essas paixões e que precisa delas para manter o seu poder e o homem que se entristece com elas – o escravo, o tirano e o sacerdote, respectivamente. O escravo é aquele que está *alienus juris*, quando o que faz, sente e pensa está determinado pela força das coisas-causas exteriores.

Mas, como lembra Spinoza (2016, p. 159; *E, IV, ax.*), “não existe, na natureza das coisas, nenhuma coisa singular relativamente à qual não exista outra mais potente e mais forte”. Por essa razão, o convite ético é conhecer melhor a maneira pela qual cada um existe, como é afetado e como pode afetar, para então, quando diante de uma dada coisa qualquer, lembrar que “existe uma outra, mais potente, pela qual a primeira pode ser destruída” (idem, *ibidem*), complementa o filósofo.

Spinoza diz também que “é preciso conhecer tanto a potência da nossa natureza quanto a sua impotência, para que possamos determinar, quanto à regulação dos afetos, o que pode a razão e o que não pode” (SPINOZA, 2016, p.168; *E, IV, P17*). Entende-se com isso que, pelo fato de a servidão ser condição da natureza humana, isto é, o homem vem ao mundo no estado de impotência, é natural ser movido passivamente pelas coisas.

No entanto, enquanto parte da natureza, o homem também é uma potência (limitada) e pode buscar, de forma ativa e na própria natureza, encontros que aumentem seu *conatus* para torná-lo livre. Isso acontece, segundo Chauí (2011, p. 246), em dois momentos: na passagem e na travessia.

Passagem da servidão e do poderio da fortuna à liberdade racional e à potência da virtude (“conhecer é a virtude suprema da mente”). Travessia porque a física das afecções e a lógica dos afetos exigem que o percurso encontre um **ponto de apoio novo** e este se localiza numa região perigosamente frágil. (CHAUÍ, 2011, p. 246, grifo nosso).

Segundo Chauí (2011), esse *ponto de apoio novo* não é a razão, e sim o desejo, o qual se realiza originariamente como paixão e servidão. Conforme explica Spinoza, a passagem da paixão à ação não acontece ao abandonar os afetos, mas, sim, entendendo que o conhecimento só pode agir sobre os afetos, passivos ou ativos, se

ele próprio for um deles, visto que uma ética só é possível com e no interior dos afetos: “O conhecimento verdadeiro do bem e do mal, enquanto verdadeiro, não pode refrear nenhum afeto; poderá refreá-lo apenas enquanto considerado como afeto” (SPINOZA, 2016, p. 166, *E, IV, P14*).

Então, a razão precisa encontrar na própria paixão e servidão o instrumento que fará de um sujeito *alienus juris*, o agente de suas ações e, para isso, esse afeto será o desejo. Mas, para entender a relação entre razão e desejo, é necessário conhecê-los, separadamente, em suas respectivas associações com a virtude.

Sabe-se, com Spinoza, que a essência da mente é a razão, a qual Chauí (2011, p. 247) define como “o *conatus* intelectual quando o esforço de conhecer se explica exclusivamente pela potência da mente”. Também se entende o desejo como a própria essência do homem, determinado a agir por uma afecção que nele se encontra. Diz-se que ele age de modo passivo e servo quando essa afecção é causada pela força de uma potência externa; porém, o homem pode se tornar ativo se a força dessa afecção for interna. Essa interioridade acontece quando a razão oferece o que desejar. Conforme Chauí (2011) explica, a razão precisa do desejo para penetrar na vida afetiva:

Para retirar o desejo da passividade e servidão em que se encontra originariamente, a razão lhe oferece o *exemplar naturae humanae*, determinando-o internamente, ainda que a imaginação, num primeiro momento, experimente o exemplar como norma externa. A norma da natureza humana sendo a própria natureza humana como noção comum, o desejo encontra no interior de si mesmo a força para não sucumbir à Fortuna. (CHAUÍ, 2011, p. 247).

Do mesmo modo, o desejo também precisa da razão para tornar-se virtude na mente, complementa Chauí (2011), igualando a potência afetiva e a potência intelectual, de modo que a essência do homem possa ser idêntica à sua potência, seja esta o desejo ou o conhecimento.

Usar a razão é o esforço da mente para perseverar na existência compreendendo a si mesma, seu corpo e os corpos exteriores, esforço que se deduz apenas da necessidade interna ou da natureza própria da mente e que por isso é o primeiro e único fundamento da virtude. A razão é, pois, a virtude ou potência da mente, ato de compreensão atual que tem seu fim em si mesmo. (CHAUÍ, 2011, p. 247).

Um dos mais belos momentos da geometria dos afetos, segundo Chauí (2011), surge quando, ainda no interior da paixão, a ignorância é experimentada pela razão

como tristeza e o conhecimento, como alegria. Daí, corpo e alma passam a desejar conhecer as causas dos atos e das necessidades de cada um, passando da paixão à ação. Isso porque a alegria de conhecer vai suscitar, internamente, o desejo de conhecer, fazendo com que a mente deseje o que ela é: virtude de conhecer. Experimentado afetivamente como alegria, portanto, como paixão forte que se torna ação, o conhecimento, afeto mais forte, sintetiza razão, desejo e virtude. Desse modo, o conhecimento como afeto supremo, como desejo de verdade, é a alegria de pensar sem submissão a qualquer poder e a decisão de afastar tudo quanto cause tristeza.

Entretanto, para o homem, ser finito que é, essa saída da servidão nunca é total. Spinoza não promete a ausência de paixões e tristezas, mas apresenta o conceito de liberdade, que já aparece na *Ética*, conforme Chauí (2011, p. 295), “desde a Parte II, com a exposição da teoria da ideia adequada, na Parte III, com a exposição dos afetos ativos e, na Parte IV, com a liberdade do homem conduzido pela razão”. Em *A potência do intelecto ou a liberdade humana*, Spinoza (2016, p. 213; *E, V, Praef.*) trata “da potência da razão, mostrando qual é o seu poder sobre os afetos [...]”, como também determina os remédios⁸² para melhor compreender, moderar, dosar e refreá-los.

Formar conceitos, reinterpretar e transmutar paixões, ordenar e concatenar os afetos, dispor-se a ser afetado de muitas maneiras e moderar os afetos para agir da maneira correta. Essa síntese sobre os remédios para moderar os afetos mostra que é possível conhecer melhor a relação de cada sujeito com o mundo e ter a chance de escolher melhor os encontros, isto é, ser ativo na geração dos afetos, o que alimenta a potência em ato para ser e agir. E não há nada mais poderoso do que conhecer os afetos, porque a liberdade é a capacidade para ser um agente ou sujeito autônomo de ideias, sentimentos e ações, de acordo com a causalidade interna do *conatus*.

Nesse contexto, é possível fazer um uso inteiramente prático do pensamento spinozano, “compreendendo pouco a pouco nossa própria afetividade, ou seja, aprendendo, fundamentalmente, quais são as relações entre conhecimento e afetividade” (SÉVÉRAC, 2009, p. 36). Mais: aprendendo que a força para existir e agir aumenta quando existe e age em comum, por um bem verdadeiro capaz de comunicar-se a todos. Isso significa que estamos lendo Spinoza - e neste ponto há

⁸² É possível conhecer os “remédios para moderar os afetos” nas seguintes partes da *Ética*: SPINOZA, 2016, p. 217, *E, V, P4*; SPINOZA, 2016, p. 217, *E, V, P3*; SPINOZA, 2016, p. 220, *E, V, P10*; SPINOZA, 2016, p. 182; *E, IV, P38* e SPINOZA, 2016, p. 220; *E, V, P10*, *esc.*

um diálogo com Pêcheux - numa perspectiva prática e atual que possibilita pensar, por meio de uma teoria que enfatiza a força dos afetos na ação política, como transformar a ação social crítico-revolucionária em uma práxis da alegria voltada à correção do intelecto.

Esse caminho apontado para a passagem da servidão afetiva à liberdade afetiva acontece, por um lado, ao entender os afetos pela sua dimensão ético-política de ação transformadora; e por outro, ao ver no discurso a possibilidade de uma nova maneira de ler o mundo, por se estar falando também de um lugar teórico assumidamente de ruptura, que é a Análise de Discurso. Assim, no entre-dois da servidão e da liberdade afetiva, encontra-se um *meio* de atuar no que há de mais singular da ação política emancipadora.

Mas, para ser capaz de se transformar, o sujeito que busca libertar a si mesmo da forma como é afetado pelas paixões do discurso do mercado precisa focar nas contradições que poderiam criar condições de ação eficaz dos trabalhadores. Isso porque é no interior dos afetos que os símbolos da precarização do trabalho aparecem como testemunhas da dinâmica excludente e provocam mobilizações e lutas em razão do não acesso ao emprego e demais formas de sociabilidade. É assim, no caminho da ação política, que os sujeitos podem apostar em reverter uma certa ordem que afeta o corpo social (que tomou forma de “empresa”) de variados sofrimentos por meio de múltiplas formas de resistência.

Esse desejo de resistência nasce do sentimento de indignação. No entanto, resistir não é apenas se indignar com os sofrimentos que enredam numa cadeia de paixões tristes, que anulam as potências de vida e que deixam os indivíduos vulneráveis à tirania do mercado, no qual o sujeito-empresa depositou a esperança de sua felicidade. Isso seria, segundo a *Ética* de Spinoza, o caminho que leva os homens a lutarem por sua servidão como se fosse por sua liberdade.

Como não se destrói uma tirania eliminando o tirano, pois outros o substituirão caso as relações servis não sejam destruídas, é preciso destruir as relações que sustentam a servidão. E isso acontece quando a força do sujeito depende de uma potência de agir coletiva conquistada pela união de *conatus*. Uma força que é favorecida quando a lógica dos afetos permite a percepção da generosidade como algo útil. E, desse modo, a terapêutica das paixões de Spinoza assegura que a transformação ocorra de forma que o novo sistema que irá emergir ataca a causa da

servidão na menor unidade da vida social: o desejo de cada um e de todos (SAWAIA, 2009).

Spinoza (2016) lembra que o objetivo de cada um é rentabilizar maximamente sua potência e que só se consegue isso quando o sujeito se une a outros, alargando o campo de ação. Isso ocorre devido ao fato de que mulheres e homens se realizam com os outros, e não sozinhos. Por essa razão, os benefícios de uma coletividade organizada são relevantes a todas e todos, e a vontade comum é mais poderosa que o *conatus* individual, porque o coletivo é produto do consentimento e não do pacto ou do contrato. Para entender essa transformação, é preciso continuar pesquisando para conhecer os sentidos que os sujeitos dão a suas experiências entre servidão e liberdade, e as ações que adotam em relação a si e aos outros, como também os afetos vivenciados nesse processo.

4.1 Politização do sofrimento do sujeito/trabalhador

Politizar o sofrimento do sujeito/trabalhador que tomou forma de “empresa” trata-se de fazer-se consciente de que é inevitável tomar uma posição, pois, de outra forma, tomar-se-á uma posição sem tomar consciência dela. Dizemos isso a partir da constatação do assujeitamento do trabalhador, que é levado a se tornar uma “empresa” como parte fundamental do processo de dominação do capitalismo. Diante disso, faz-se necessário trazer esse sofrimento para o círculo, politizá-lo, torná-lo discutível e aberto a todos.

Entende-se, então, o termo “politização” em um sentido amplo. O ponto de partida foi o da experiência dos trabalhadores diante do discurso do mercado que promete uma “liberdade individual” para afastar o sofrimento. Diante desse contexto, o político baseia-se na crítica do curso da realidade; crítica que não pode contentar-se de um estado de coisas, mas exige transformação um passo além do *status quo*. O político é a instituição de uma cena em que a diferença de opinião se torna visível aos olhos de todos.

Nesse sentido, centralizar a afetividade no discurso do empreendedorismo é, sobretudo, ser capaz de buscar o sentido do sofrimento do sujeito empresarial e pensar sobre o processo de politização deste sofrimento. Para isso, entendemos o sofrimento, assim como Périlleux (2013), pela dimensão política de sofrimentos

injustos - que têm origens sociais, contra os quais é preciso lutar. Isto é, o sofrimento é uma experiência íntima e singular, porém está no cerne do vínculo social e político.

Sawaia (1999b) também explica a distinção entre dor e sofrimento. Segundo a autora, a dor é própria da vida humana, é algo que emana do indivíduo, das afecções do seu corpo nos encontros com outros corpos, e que diz respeito à sua capacidade de sentir, de ser afetado. Já o sofrimento, no qual nos baseamos nesta pesquisa, é a dor mediada pelas injustiças sociais. É o sofrimento de estar submetido à fome e à opressão, e pode não ser sentido como dor por todos, mas, sim, apenas por quem vive a situação de exclusão ou por “seres humanos genéricos” ou “santos” (que se aproximam da humanidade, sentindo como bem maior o ser humano), quando, em verdade, todos deveriam sentir este sofrimento, para que se implicassem com a causa da humanidade (SAWAIA, 1999b).

Nesse contexto, é preciso entender que esses sujeitos precisam conquistar algum espaço para fazer ouvir a sua voz e para fazer com que sua palavra não seja invariavelmente desrespeitada. Piovezani (2020, p. 82) descreve que essas vozes continuam a ser expressas pelos “gritos de sofrimento, as denúncias de miséria, as palavras que demandam a consideração da condição desvalida e as que reclamam o reconhecimento da razão e da inteligência na voz do povo”⁸³.

Entre as palavras, as coisas e as ações, há relações mais complexas e fundamentais [...] Uma dessas relações consiste justamente no poder do discurso sobre as nossas próprias ações e sobre as alheias - nossas práticas de fala e escuta, em âmbito privado, mas talvez principalmente no espaço público, são gestadas e moldadas pelo que se diz a propósito da produção e da interpretação da linguagem. Ao falarmos, ouvimos vozes que nos dizem o que dizer e como fazê-lo. Essa escuta constante, mas nem sempre realizada com elevados graus de consciência, faz com que mobilizemos nosso corpo, nossa língua e nossa voz em nossas práticas de fala, de acordo com as ideologias e os discursos com os quais nos identificamos. (PIOVEZANI, 2020, p.70).

Esse ato de “ler” o sofrimento do sujeito/trabalhador é uma forma de compreender os fenômenos a ele relacionados. Isso porque o caminho para potencializar a capacidade de cada um enquanto agente transformador de si e de sua realidade começa com o conhecimento dos mecanismos que oprimem, adoecem e

⁸³ Diante da dificuldade de uma definição precisa do que é “povo” e “popular”, Piovezani (2020, p. 289) descreve que “o povo é sobre quem se exerce o poder... O povo é a soma dos excluídos e o resto de todas e de todos sobre quem se praticam diversas sortes de dominações, opressões e explorações”. Nesta pesquisa, em particular, entendem-se a voz e a escuta do “povo” como a dos trabalhadores.

desumanizam. Mas, como ouvir essas vozes que sofrem se a elas é vedado o direito de deixar marcas na história? Piovezani (2020) explica que há espaços mais ou menos específicos para o mando de uns poucos e a obediência de muitos outros.

[...] em seus campos e instituições de atuação, sábios, sacerdotes e especialistas detêm o saber e se impõem sobre os leigos; em empresas e estabelecimentos comerciais, patrões detêm os meios de produção ou de troca e se impõem sobre seus empregados; em domínio das finanças, banqueiros e economistas detêm o poder e saber sobre endividados e pouco instruídos; e, finalmente, na gestão do estado, políticos, magistrados e militares detêm o poder sobre os cidadãos comuns. Quando se trata da linguagem, as pessoas pobres, com baixa instrução formal e dotadas de marcas estigmatizadas, passam de um setor a outro da sociedade civil, da iniciativa privada e da administração pública e, em todos eles, tendem a sofrer censuras, menosprezos e exclusões. Além disso, quanto mais públicas forem as ocasiões de fala e quanto maior for seu potencial transformador, mais intensa e extensivamente ocorrerão tais censuras, menosprezos e exclusões da voz e da escuta populares. (PIOVEZANI, 2020, p. 287).

É possível identificar, no entanto, alguns vestígios dos sujeitos das minorias sociopolíticas em suas ações de fala e de escuta em certos espaços inéditos ou alternativos de comunicação, como os grafites nos muros, as denúncias na imprensa e, mais recentemente, nas redes sociais digitais. É assim que os ativistas virtuais⁸⁴ têm impactado em lugares que muitas vezes os intelectuais não conseguem penetrar: no cotidiano e na vida dos sujeitos empresariais que são afetados por certos discursos e práticas, a ponto de chegarem a tirar a própria vida pela impossibilidade de convivência com o discurso opressor na sociedade de mercado.

É por esse percurso crítico que se busca ouvir as vozes que, durante um longo período, foram privadas do poder de fala. Para isso, sabe-se que é necessário tomar à força a tribuna, as redes sociais digitais, os espaços de poder, para que finalmente o sujeito possa dizer sua cólera, ou seja, o sofrimento em forma de discursividade que há tempos apaga a voz do trabalhador na história.

⁸⁴ Em *Consumo de ativismo*, Izabela Domingues e Ana Paula de Miranda (2018) explicam que as tecnologias digitais possibilitaram que o consumidor também seja um produtor de conteúdo - o *prosumer* -, “criando e cocriando mensagens, postando suas ideias, opiniões e produções na rede mundial de computadores” (DOMINGUES, MIRANDA, 2018, p. 98). No entanto, as pesquisadoras ressaltam que essa força transformadora na atitude dos “prosumidores”, que faz circular discursos ativistas pela internet, no contexto de consumerismo político, não se mostra suficiente para modificar o sistema capitalista. Porém, o discurso “cibermilitante” consegue “incomodar as corporações hegemônicas e, às vezes, modificar algumas de suas condutas por atingir suas marcas, maculando a imagem que seus públicos de interesse têm delas” (idem).

Nesse contexto, é relevante entender a dimensão objetiva da desigualdade social, a dimensão ética da injustiça e a dimensão subjetiva do sofrimento, conforme pontuou Sawaia (1999a). Isso compõe um processo político poderoso à reprodução da servidão humana – que é o escopo analítico fundamental da exclusão⁸⁵, cujos processos estão presentes na história e se tornaram um tema familiar no cotidiano da maioria dos trabalhadores que precisaram se formalizar para atuar como empreendedores.

Ao refletir sobre a noção de exclusão, Wanderley (1999) defende que existem valores e representações do mundo que acabam por excluir os trabalhadores, como aqueles que são rejeitados física, geográfica ou materialmente. Para melhor compreender a dinâmica excludente, precisa-se contextualizar o estudo no espaço e tempo ao qual o fenômeno se refere. O Brasil, por exemplo, segue os rumos de uma política neoliberal, está inserido no processo de globalização e a sua matriz escravista, além de perpassar o passado, está presente no cotidiano da sociedade, em manifestações as mais variadas: pobreza, discriminação, subalternidade, não equidade, não acessibilidade, não representação pública.

Essa situação de privação coletiva é mostrada nas várias formas de relações econômica, política, cultural, étnica etc. Um cenário no qual a impossibilidade de poder partilhar chegou a tal ponto que leva o sujeito a uma vivência de privação, recusa, abandono e expulsão (inclusive, com violência), totalmente incompatível com a democratização da sociedade.

A consolidação do processo de democratização terá, então, de passar pela desnaturalização das formas com que são encaradas as práticas geradoras de exclusão. Enquanto isso, a naturalização desse fenômeno, nas palavras de Wanderley (1999, p. 23), é “representada pela aceitação tanto ao nível social, como do próprio excluído, expressa em afirmações como ‘isso é assim e não há nada para fazer’”, revelando uma fragilização do vínculo do sujeito/trabalhador com a sociedade empresarial.

⁸⁵ Tendo em vista que a exclusão é entre nós bastante conhecida, buscam-se algumas passagens da obra *As artimanhas da exclusão*, a fim de demonstrar a opacidade dos processos de servidão que afetam a sociedade, os quais problematizou-se a partir de três questões apresentadas na obra organizada por Sawaia (1999): o conceito de exclusão e seu vínculo na relação do trabalhador com a produção; a categoria dialética inclusão-exclusão e suas formas de inclusão perversa; e o sofrimento ético-político que retrata a vivência cotidiana da questão social dominante em cada época histórica.

Desse modo, tanto a atmosfera social de conformismo quanto a compreensão da condição da exclusão como fatalidade revelam que os vínculos sociais estão, no mínimo, fragilizados. Esse fenômeno reforça e reproduz que a estigmatização⁸⁶ da pobreza funciona por meio da lógica que faz os direitos serem transformados em ajuda, em favores. Nesse contexto, a perspectiva de combate à exclusão tem, ainda, que prover níveis de proteção que garantam o exercício da cidadania, possibilitando a autonomia da vida dos trabalhadores, de modo que um dos muitos desafios colocados é romper com a relação de subalternidade e discriminação, que são brutais no Brasil.

Sabe-se, pois, que o vínculo dominante de inserção na sociedade continua a ser a integração pelo trabalho e, por esse motivo, a transformação produtiva adquire preponderância nas trajetórias de exclusão social. Marx (2004, p. 89) afirma que “a opressão humana inteira está envolvida na relação do trabalhador com a produção, e todas as relações de servidão são apenas modificações e consequências dessa relação”.

Uma relação que, conforme Wanderley (1999), movimenta os eixos integração/não integração no mundo do trabalho, no qual a fragilização dos vínculos (família, vizinhança, comunidade, instituições) produzem rupturas que conduzem ao isolamento social e à solidão. Destarte, cresce cada vez mais a distância entre os “excluídos” e os “incluídos”, ao mesmo tempo em que essa distância nunca foi tão pequena, uma vez que os incluídos estão ameaçados de perder direitos adquiridos. São sobre esses efeitos perversos dos processos de transformações produtivas que a tessitura da exclusão está emaranhada.

No caso do Brasil, consideradas as particularidades sócio-econômicas, ideo-políticas e culturais, poder-se-ia dizer que estão sendo forjados, entre nós, personagens que são incômodos politicamente (a eles são atribuídos os males de nossa política, os “descamisados de Collor”, por exemplo); ameaçadores socialmente (são perigosos, pois não são simplesmente pobres, mas bandidos potenciais - a representação do pobre está se modificando entre nós: a sua identidade está cada vez mais relacionada à do bandido marginal) e desnecessários economicamente (uma massa crescente de pessoas que não tem mais possibilidade de obter emprego, pois são despreparados). (WANDERLEY, 1999, p. 25).

⁸⁶ Segundo Wanderley (1999), o estigma é definido como cicatriz, como aquilo que marca, denota o processo de qualificação e desqualificação do indivíduo na lógica da exclusão.

Esses personagens incômodos politicamente, ameaçadores socialmente e desnecessários economicamente representam um temor àqueles que veem os excluídos como populações marginais que poderiam integrar-se ao novo mundo urbano e moderno. No entanto, essa marginalidade aparece como consequência de um modelo de desenvolvimento que tem como característica básica a exclusão de vastos setores da população de seu aparato produtivo principal.

No entendimento de Veras (1999), a urbanização capitalista no Brasil vem provocando uma esteira de problemas sociais bastante conhecidos, como as favelas, mendicância, delinquência etc. De um lado, a explicação estaria na famigerada justificativa dos processos migratórios de áreas rurais para os centros urbanos; partindo de outra ótica, as pessoas que se deslocam do campo esvaziado em busca de melhores condições de vida na cidade integram as engrenagens produtivas de forma desigual. Como consequência das políticas urbanas que privilegiam interesses privados e o sistema de circulação, os favelados, encortiçados, moradores de loteamentos irregulares e sem-teto são expulsos de seus lugares, num nomadismo sem direito às raízes, formando um exército industrial de reserva singular.

O modelo de política neoliberal admite a exclusão como de responsabilidade do próprio excluído, enquanto estar incluído é estar dentro do sistema, mesmo que desigualmente. Isso não provoca políticas de exclusão, e, sim, políticas de inclusão precária, instável e marginal, ou seja, a participação na esfera do empreendedorismo leva muitos sujeitos empresariais a se sentirem como “incluídos” subjetivamente, embora estejam nas categorias de fato consideradas “excluídas”.

Isso acontece porque a forma como o sistema capitalista inclui faz parte dos mesmos mecanismos de reproduzir e sustentar a servidão, a passividade, a miséria e, principalmente, a alienação do trabalhador⁸⁷. Sawaia (1999a) denomina esse efeito de máscara da inclusão como uma “inclusão perversa”, que provém da produção de ideias imaginativas, feitas pelo próprio sistema nos sujeitos, que passam a perceber que as apropriações materiais ou simbólicas os levam a fazer parte do todo, correspondendo de maneira adequada ao que a sociedade cria a cada instante.

Mas, esse movimento de “incluir” pessoas nos processos econômicos (produção e circulação de bens e serviços) acontece estritamente em termos daquilo que é conveniente e necessário à mais eficiente reprodução do capital. Veras (1999,

⁸⁷ E mais: o sistema capitalista simula a inclusão com os mecanismos que sustenta a servidão; logo, a inclusão é um fetiche.

p. 40) explica que “a sociedade capitalista nasce com excluídos; é sua máxima respeitar o mercado, desenraizando e brutalizando a todos - essa é sua regra estruturante - para depois incluir, segundo sua própria lógica”.

[...] o momento transitório da passagem de exclusão para inclusão está se transformando num modo de vida que permanece: o modo de vida do excluído que não consegue ser reincluído. E tal modo de vida compromete sua dignidade, sua capacidade de ser cidadão, sua condição humana, do ponto de vista moral e político. Além da humanidade formada de integrados (ricos e pobres), inseridos de algum modo no circuito das atividades econômicas e com direitos reconhecidos, há uma outra humanidade no Brasil, crescendo rápida e tristemente através do trabalho precário, no pequeno comércio, no setor de serviços mal pagos, tratados como cidadãos de segunda classe. (VERAS, 1999, p. 40).

A situação parece sugerir que até mesmo o exército industrial de reserva se tornou desnecessário economicamente, pois constituiria um estorvo. Em parte, isso pode até ser verdade, embora Veras (1999, p. 46) defenda que haja indício de que até pelas vias mais perversas possíveis há certa articulação com a economia, visto que “só iriam constituir-se como excluídos de fato, aqueles de quem não se pudesse extrair nenhum centavo de mais-valia”. Neste caso, as classes dominantes desistem de integrar os excluídos quer à produção, quer à cidadania, nem se preocupando mais em legitimar sua dominação na clássica fórmula de coerção e consenso, para atenuar o caráter “perigoso” das classes dominadas, que se veem menos inclinadas ao conflito social, adequando-as ao funcionamento da ordem política, em favor dos dominantes. Deixam-nos à parte, num crescente distanciamento e incomunicabilidade, proibindo a contradição.

Segundo Veras, esse *apartheid* se caracteriza pela criação de um campo semântico em que os significados dos direitos e conquistas civilizatórios, organizados em direitos sociais, trabalhistas, civis e políticos são transformados em “fatores causais da miséria, pobreza e exclusão, em obstáculo ao desenvolvimento econômico e mais, são transformados em ausência de cidadania. A proteção social, por exemplo, transforma-se em ‘custo Brasil’” (VERAS, 1999, p. 44).

Nesse contexto, conhecer os sofrimentos aos quais a maioria minorizada da população está submetida é uma forma de analisar as formas sutis de espoliação humana na aparência da integração numa sociedade conflituosa, especificamente na vivência dos trabalhadores no processo de luta de classes. Esse sistema inclui para

excluir, ou seja, para manter os homens na dependência de um estado de coisas que não diz respeito à sua própria liberdade e potência, e são levados a nunca alcançarem a satisfação mercadológica, pois o mercado protela a noção de perfeição - afinal, amanhã sempre terá outro produto mais moderno sendo criado para ser consumido.

Com efeito, é a concepção marxista sobre o papel fundamental da servidão humana na sobrevivência do sistema capitalista que vai contribuir na constituição da ideia central da categoria dialética exclusão/inclusão, isto é,

a ideia de que a sociedade inclui o trabalhador alienando-o de seu esforço vital. Nessa concepção, a exclusão perde a ingenuidade e se insere nas estratégias históricas de manutenção da ordem social, isto é no movimento de reconstituição sem cessar de formas de desigualdade, como o processo de mercantilização das coisas e dos homens e o de concentração de riquezas, os quais se expressam nas mais diversas formas: segregação, apartheid, guerras, miséria, violência legitimada. Só essa ideia pode explicar porque um governo prioriza a saúde de bancos em detrimento à saúde da população. (SAWAIA, 1999b, p. 108).

É preciso olhar para aqueles que se julgam incluídos socialmente pela exclusão dos seus direitos, para ouvir e compreender os seus brados de sofrimento. Para isso, acrescenta-se ao debate sobre a exclusão social a dimensão ético-política, a fim de fundamentar e resgatar a conquista da inclusão. Afinal, ao falar sobre exclusão, manifesta-se desejo, temporalidade e afetividade, ao mesmo tempo em que também se afirma o poder, a economia e os direitos sociais. Conforme explica Sawaia (1999b), estudar a exclusão pelos afetos dos que a vivem é refletir sobre o “cuidado” que o Estado tem com seus cidadãos, porque a afetividade é um indicador do (des)compromisso com o sofrimento humano, tanto por parte do aparelho estatal quanto da sociedade civil e do próprio sujeito.

Desse modo, atribui-se ao excluído o fato de estar em situação de carência material, como também de “ser aquele que não é reconhecido como sujeito, que é estigmatizado, considerado nefasto ou perigoso à sociedade”, conforme descreve Martins (1997, pp. 16-17). Entretanto, o autor considera que “uma categoria social ou grupo não pode ser reconhecido como sujeito, se não se reconhece a si mesmo como sujeito e não atua como sujeito” (idem).

Essa exclusão social produz sofrimento, uma tristeza que se cristaliza em um estado de paixão crônico na vida cotidiana e se reproduz de geração em geração. Na descrição de Sawaia (2009), esse sofrimento bloqueia o poder do corpo de afetar e

de ser afetado e imobilizada, a potência do indivíduo só pode reagir e não agir, “torna-se potência de padecimento, reduzindo nosso esforço de perseverar na própria existência ao sobrevivencialismo negador da vida” (p. 370). Trata-se de um sofrimento ético-político, termo anunciado por Sawaia (1999b, pp. 104-105):

[...] o sofrimento ético-político abrange as múltiplas afecções do corpo e da alma que mutilam a vida de diferentes formas. Qualifica-se pela maneira como sou tratada e trato o outro na intersubjetividade, face a face ou anônima, cuja dinâmica, conteúdo e qualidade são determinados pela organização social. Portanto, o sofrimento ético-político retrata a vivência cotidiana das questões sociais dominantes em cada época histórica, especialmente a dor que surge da situação social de ser tratado como inferior, subalterno, sem valor, apêndice inútil da sociedade. Ele revela a tonalidade ética da vivência cotidiana da desigualdade social, da negação imposta socialmente às possibilidades da maioria apropriar-se da produção material, cultural e social de sua época, de se movimentar no espaço público e de expressar desejo e afeto.

O sofrimento ético-político, segundo Sawaia (1999b), é determinado exclusivamente pela situação social dos sujeitos, impedindo-os de lutar contra os cerceamentos sociais. Os excluídos (que assim estão se deixando ser ou resistindo) revelam que esse padecimento gerado pelo impedimento de desenvolver, mesmo que uma pequena parte, o seu potencial humano (em virtude da natureza restritiva das circunstâncias em que vivem os trabalhadores) é um dos sofrimentos mais verbalizados, como se pode observar nas *sequências discursivas* 17 e 18 (SD 17 e 18), enunciadas pelo cantor e compositor Criolo, em entrevista ao portal de jornalismo propositivo ECOA/UOL⁸⁸. Tal enunciado nos convoca a pensar como o sofrimento é distribuído desigualmente, quando se pensa os afetos, inserindo-os nas carências e diferenças individuais e coletivas.

SD 17 - “A fome não é maior que o **amor**, **mas** às vezes, e muitas vezes, [a fome] o cansa” (grifos nossos) [Trecho de entrevista com o cantor e compositor Criolo para o portal ECOA/UOL].

⁸⁸ GIACOMO, Vincenzo. **Sistema obtuso**. ECOA/UOL. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/criolo-quando-se-cresce-puxando-agua-do-poco-sabemos-que-ela-saiu-da-terra-e-nao-de-uma-torneira/#cover>>. Acesso em: 15 abr. 2021.

SD 18 - “Cresci num lugar de muito **amor**, **mas** sem saneamento básico, então era muito amor mesmo para seguir sem o mínimo para contenção de construção de dignidade estrutural cotidiana” (grifos nossos) [Trecho de entrevista com o cantor e compositor Criolo para o portal ECOA/UOL].

Nas SDs 17 e 18, a adversidade (“mas”) ressalta a importância de superar duas questões pontuadas por Sawaia (2002): tanto a concepção de que os afetos têm pouco valor para quem vive em estado de pobreza, como também de que não se justifica trabalhar a liberdade afetiva quando se sofre pela fome e falta de saneamento básico. Nesse sentido, vale ressaltar que a *Ética* lembra que, mesmo na miséria, os homens não estão reduzidos à sobrevivência biológica sem a sutileza dos afetos, visto que não se pode pensar a autonomia e a liberdade social sem a ideia de sujeito da experiência afetiva.

Abordar a subjetividade com este dimensionamento significa também entender as variantes históricas e sociais do que as pessoas estabelecem como sentido na experiência cotidiana, considerando a interconstituição do subjetivo a partir da objetividade. De acordo com Sawaia (2002, p. 125), “considerar isso é importante para desfazer o mito de que o pobre não tem sutilezas psicológicas e age como um rebanho tangido por determinações sociais e pela fome”, como se a subjetividade não pudesse fazer parte de suas experiências.

No entanto, muitos se perguntam como é possível buscar encontros que possam aumentar a potência afetiva, enquanto se passa fome e procura-se por comida? Pois bem, quando Spinoza apresenta o conceito de servidão como “a impotência humana para regular e refrear os afetos” (SPINOZA, 2016, p. 155; *E, IV, Preaf*), o filósofo a descreve como uma condição da natureza de todos os sujeitos. Isto é, independentemente de classe, raça, gênero etc., os homens estão submetidos à servidão afetiva porque são modos da natureza e, como modificações dessa potência absoluta e infinita, também são uma potência, ainda que limitada e determinada pelas coisas que os afetam no mundo. Desse modo, quanto mais determinados negativa/positivamente, tanto mais sua potência diminui/aumenta.

O que se busca, portanto, é a recuperação das possibilidades de expansão do sujeito por meio da valorização de encontros e dos afetos individuais e coletivos, gerando espaço de conscientização e autonomia que superem mecanismos pré-definidos os quais não potencializam a sociedade. Numa concepção marxista da

filosofia de Spinoza, a maioria minorizada sociopoliticamente está ainda mais em servidão pela opressão que sofre de determinadas figuras de autoridade, que atestam impotência ao sujeito de minorias sociopolíticas e coloca a necessidade da ação em busca de uma práxis emancipadora.

A veracidade desse postulado acerca da defesa da liberdade dos afetos está presente na pesquisa com moradores de rua realizada por Sawaia (2009). Ela constata que as minorias sociopolíticas sofrem por falta de dignidade e liberdade, porque “o cerceamento de seu direito de escolher e de ser reconhecido gera tanto sofrimento quanto a falta de moradia, pois é fruto da falta de liberdade” (SAWAIA, 2009, p. 366).

Nesse sentido, procura-se olhar para os sofrimentos humanos pelas lentes da afetividade, buscando conhecer como eles nascem, como atingem a sociedade e por que o sujeito empresarial se submete a eles. Esta última questão é considerada o problema fundamental da filosofia política, que Spinoza soube levantar (e que Wilhelm Reich redescobriu): a de que “os homens [...] combatam pela servidão como se fosse pela salvação” (SPINOZA, 2004, p.127). Ou seja, “por que os homens lutam por sua servidão como se lutassem por sua liberdade?”, conforme questionaram Deleuze e Guattari (2010, p. 46).

A pergunta também apareceu na obra de Étienne de La Boétie, provocativamente intitulada *Discurso sobre a servidão voluntária*. No livro, o pensador reflete sobre os povos que se deixam oprimir e sobre a possibilidade de desejar a liberdade. Afinal, se “todas as coisas que têm sentimento sentem a dor da sujeição e suspiram pela liberdade” (LA BOÉTIE, 2006, p. 19), então seria necessário tomar a decisão de não mais servir para ser livre. No entanto, La Boétie explica que esse processo de transição requer, antes, o conhecimento acerca desse desejo de servir que foi enraizado no sujeito a ponto de o amor à liberdade parecer coisa pouco natural, como se o homem tivesse perdido a *memória* da sua condição e o desejo de a ela regressar.

É verdade que, a princípio, [o homem] serve com constrangimento e pela força; mas os que vêm depois, como não conheceram a liberdade nem sabem o que ela seja, servem sem esforço e fazem de boa mente o que seus antepassados tinham feito por obrigação. Assim é: os homens nascem sob o jugo, são criados na servidão, sem olharem para lá dela, limitam-se a viver tal como nasceram, nunca pensam ter outro direito nem outro bem senão o que encontraram ao nascer, aceitam

como natural o estado que acharam à nascença. (LA BOÉTIE, 2006, p. 23).

O fato de terem nascido e sido criados na servidão é a primeira razão que leva os homens a servirem voluntariamente, a qual La Boétie (2006) justifica pelo hábito que praticam porque foram forçados ou iludidos, pela sedução advinda do outro ou pela própria cegueira. A segunda razão da servidão voluntária é a de que, “sob a tirania, os homens se tornaram covardes e efeminados⁸⁹” (LA BOÉTIE, 2006, p. 32), visto que, com a perda da liberdade, perdem a valentia, a ousadia e a bravura, como também se tornam abatidos e sem energia para todas as suas outras ações. Ao saber deste vício, os tiranos fazem de tudo para piorá-lo e, assim, os homens, “vão para o castigo [...] como quem vai cumprir uma obrigação” (idem, ibidem, p. 33).

Mas nem todos os tiranos foram explícitos no seu objetivo e, muitas vezes, a ordenação formal acontecia de forma velada, bastando que oferecesse um engodo insignificante (como os teatros, os jogos, as farsas, os espetáculos, as feras exóticas, as medalhas, os quadros e outras bugigangas, ou mesmo a promessa neoliberal da liberdade individual e autonomia financeira), os quais eram para os povos antigos, e continua sendo para o sujeito-empresa, “engodos da servidão, preço da liberdade, instrumentos da tirania” (LA BOÉTIE, 2006, p. 36).

Ademais, o filósofo aponta que o segredo e a mola da dominação acontecem com o apoio e o alicerce da tirania e, assim, “quando vemos não já cem, não já mil homens, mas cem países, mil cidades e um milhão de homens submetem-se a um só, todos eles servos e escravos, mesmo os mais favorecidos” (idem, pp. 7-8).

Se no século XVI La Boétie se perguntou se haveria condição mais miserável do que viver assim, sem ter nada de seu, sujeitando a outrem a liberdade, o corpo e a vida, Manuel J. Gomes, tradutor de La Boétie para o português, declarou que, assim como em 1600 era tarefa difícil escrever um prefácio do *Discurso sobre a servidão voluntária*, tampouco é ela tarefa fácil hodiernamente: “Hoje como nos tempos de La Boétie e Montaigne, a alienação é demasiado doce (como um refrigerante) e a liberdade demasiado amarga, porque está demasiado próxima da solidão. E da loucura”⁹⁰.

⁸⁹ O sentido dicionarizado de efeminado é equivalente a “homem ou rapaz que tem trejeitos considerados femininos” (Ver EFEMINADO, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-2021. Disponível em <https://dicionario.priberam.org/efeminado> Acesso em: 01 jul. 2021). Este dizer equivocado carece, portanto, de uma necessária atualização.

⁹⁰ Declaração presente nas Palavras Iniciais da obra *Discurso sobre a servidão voluntária*.

Santiago complementa essa reflexão enfatizando que tão necessário quanto afirmar que os homens em certas circunstâncias produzem servidão como se buscassem a liberdade, é ver que nas mesmas circunstâncias eles buscam sua liberdade mesmo que produzindo a servidão: “Os homens lutam efetivamente pela liberdade, mesmo que não por uma liberdade efetiva [...], quer se movimente através da liberdade, quer descambe pela servidão” (SANTIAGO, 2011, p. 9).

Também Deleuze e Guattari (2010, pp. 46-47) se debruçaram sobre essa problemática e perguntaram “Como é possível que se chegue a gritar: mais impostos! Menos pão!”. Esse tema parece mais atual do que nunca no Brasil, pois assistimos a um processo em que, de modo geral, pessoas se mobilizaram pela supressão de direitos e votaram em massa num candidato a presidente (Jair Bolsonaro) que disse abertamente que suprimiria direitos. Inclusive, há vozes que gritam, lutam e votam por mais opressão e, vestidos com a camisa da seleção brasileira de futebol, erguem faixas, como a que circulou na mídia, durante uma manifestação no Palácio do Planalto, em Brasília, no ano de 2016, como se pode observar na *sequência discursiva* 19 (SD 19).

SD 19 - Pelo direito de não ter direitos #golpemilitarjá [Texto de faixa exibida em manifestação que ganhou as redes sociais digitais].

O discurso configura-se como um paradoxo das pessoas que saem às ruas pedindo a volta da ditadura, sendo que a ditadura civil-militar torturava e matava as pessoas que saíam às ruas em sua época. O efeito de sentido que se lhes recai é de que quem terá menos direitos serão os outros, não eles, já que estão ilusoriamente alinhados a quem está no poder. Esse pensamento articula-se com a discussão apresentada anteriormente sobre as posições-sujeito que ocupam para que esse sentido produza determinado efeito. Devido ao efeito de ilusão, essas pessoas se entregam à servidão.

Como, então, podemos ser livres se nos sentimos impotentes diante do que parece ser um neofascismo/fascismo crescente, vivendo como cidadãos de uma República que seus concidadãos querem tornar fascista? Negri (2018)⁹¹ entende que

⁹¹ A entrevista concedida por e-mail a Homero Santiago e Mario Marino, em 22 de novembro de 2018, e traduzida do italiano pelos entrevistadores, foi publicada em SANTIAGO, Homero; MARINO, Mario

o pensamento da ordem da impotência pode se tornar potência quando os homens descobrem que o desejo pode transformar-se em medo e se degradar em superstição, e ao mesmo tempo em que o medo os reduzirá a uma solidão inatural e insuportável. No entanto, como os sujeitos são naturalmente sociais, eles se rebelam e buscam tornar-se multidão (a qual ele define como um *conjunto de singularidades*) a fim de recuperar a democracia. Isso porque não poderiam viver nessa inconstante tristeza que é o medo, dominados por presságios e superstições, por imaginários miraculosos ou terrorísticos.

Na multidão⁹² como encontro e força de liberdade e igualdade, os desejos são renovados e, assim, os sujeitos podem derrotar o fascismo, confiando na razão e no amor em meio ao seu *conjunto de singularidades*, um conjunto que historicamente definiu-se um novo sujeito múltiplo que, como tal, “está sujeitado às dinâmicas da exploração e, nelas, reconfigura-se nas dinâmicas de luta. Juntar-se, recompor, cooperar é, portanto, essencial para constituir *multidão* e para reconstruir *classe*” (NEGRI, 2018, grifos do autor). Negri explica ainda que, ao pensar a democracia como espaço autêntico para a realização da liberdade na igualdade (assim como Maquiavel, Spinoza e Marx), soma-se ao termo “conjunto” a definição de “singularidade”.

[...] os sujeitos de classe, gênero, raça, possivelmente unificados na multidão por meio das lutas, definem-se como singularidades. Singular significa não idêntico; significa estar em um conjunto no qual você não se perde e segue reconhecido como unicidade. A multidão é múltipla. Daí a riqueza do conceito de multidão diante do conceito viscoso da classe operária, que desconhecia as singularidades e que muitas vezes se reduzia à *massa* compacta e indiferenciada. A redução da multidão à massa disforme e manobrável não é simplesmente uma lembrança do passado – é um deslizamento em uma encosta na qual o inimigo de classe sempre tende a empurrar a multidão. Falávamos do desejo de tornar-se escravo. A multidão tem a escolha: fazer a si *classe de singularidades* livres, potência de liberação – e, portanto, de felicidade – ou, inversamente, tornar-se *massa disforme* que aceita exploração e na superstição exalta seu próprio devir-escavidão. A luta da multidão para se tornar classe, para construir o Comum, libera operários, mulheres e raças em suas singularidades. Para sair de toda condição de dominação, deve-se começar construindo a si mesmo como

(2018). A anomalia selvagem: uma entrevista de Antonio Negri. Disponível em: <<https://editorapoliteia.com.br/entrevista-anomalia-selvagem/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

⁹² É relevante distinguir a “multidão” de Negri com o conceito de “massa”. As massas são essenciais para o fascismo. A multidão, aqui, resgata um espírito coletivo, uma energia transformadora que deságua na democracia; a massa fascista, ao revés, serve de sustentáculo do líder para a agitação e ruptura. É possível distinguir essas duas concepções em “Psicologia de massas do fascismo”, de William Reich, que se aproxima do conceito de Le Bon. À frente, essa discussão é retomada por este último autor.

singularidade em revolta, a fim de reconstruir, unindo-se, uma multidão como classe. (NEGRI, 2018, s/p).

Contrariamente ao pensamento de Negri acerca da multidão como um *conjunto de singularidades*, a obra *Psicologia das multidões*, de Le Bon, é um manual de domesticação das massas (classe social dominante), que não apresenta espaço para as multidões reais, nem para a sua existência histórica, muito menos para os diferentes caracteres das multidões. Ou seja, estamos diante de um tratado político inscrito na longa genealogia das artes de governar e das técnicas de comando para controlar as populações, bem como para controlar os novos sujeitos empresariais.

Como vimos, a posição de Negri aproxima-se daquela proposta por Marx⁹³ ao pensar o problema colocado pela luta de classes e, neste contexto, a ideia de multidão é deslocada do caráter negativo proposto por Le Bon (1980) – multidão enquanto massa desordenada que carece de organização e padece sob a sugestão de um líder –, assumindo um papel positivo, no sentido em que é colocada enquanto instrumento da potência comum de produzir a própria vida. Vale ressaltar que analisar o fenômeno das multidões como a expressão de uma luta de classes ou como a eclosão de uma massa informe e irracional faz uma grande diferença e exprime uma escolha política, cujos efeitos se encontram na própria construção teórica de cada uma dessas posições (CAIAFFO, 2007).

É, pois, diante das ideias expostas na obra de Le Bon, publicada pela primeira vez em 1895 e que atravessou o tempo com celebridade, que Courtine (2015) dedica-se a uma leitura crítica da *Psicologia das multidões* para entender, dentre outras questões, por que as massas precisam de um guia. Para isso, Courtine analisou as peças essenciais dos dispositivos da obra de Le Bon: questões referentes ao número, ao contágio, à desordem política, ao líder, à imaginação fértil de seu conjunto e à violência da metamorfose que ela processa nos indivíduos ordinários. Temas que preservam até hoje a sua perenidade, com o objetivo de controlar e persuadir as aglomerações humanas desde o início da chamada “era das massas”, iniciada no final do século XIX e nas primeiras décadas do século XX.

⁹³ Caiaffo et al. (2007) descreve que Marx procura mostrar que o caráter subversivo das multidões seria o sinal evidente de uma mudança que levaria a uma nova ordem social. O fenômeno das multidões seria então a expressão viva daquilo que, na perspectiva marxiana, era considerado como “o motor da História”, ou seja, a luta de classes. As multidões atestariam o movimento de uma nova classe social – o proletariado – contra a opressão e a pauperização desencadeadas pela nova organização do capital.

De fato, não se pode negar a forma como as multidões afetam e, principalmente, são afetadas pelas figuras de autoridade no decorrer da história, independente da maneira como a nomeamos. Mas, assim como Courtine, questionamos a “existência de uma ‘alma das multidões’, que seria agitada pelas emoções coletivas e que estaria ligada a único corpo ou que seria atribuída genericamente às massas humanas” (COURTINE, 2015, p. 287). Afinal, embora padeçam dos mesmos sofrimentos, as majorias minorizadas possuem a capacidade de afetar e de serem afetadas de diferentes maneiras. Com esse entendimento, reconhecemos ainda, junto com Courtine (2015, p. 286), que a obra de Le Bon

[...] marca uma transformação, na qual os usos antigos da retórica, que dominaram durante muito tempo o campo da enunciação política, vão em breve conhecer uma modificação em sua natureza, uma vez que serão cada vez mais confrontados com os conflitos econômicos, sociais e políticos da sociedade urbana e industrial de massa. Novas figuras do orador e de seu público aparecem e novos dispositivos de dominação das multidões são então inventados.

Mesmo não compartilhando dos preconceitos políticos de Le Bon, é preciso reconhecer que ele nos antecipou o que seriam as horas mais sombrias desses tempos que ainda nos acompanham, de modo ressignificado, como se pode observar pelas marcas discursivas do trabalhador no processo histórico do sujeito que luta pela servidão como se fosse pela liberdade. No caso em tela, o sujeito-empresa busca a liberdade com o empreendedorismo ao tempo em que vive a servidão do trabalho precarizado. Nesse sentido, foi também relevante perceber que Le Bon compreendeu que “as potencialidades de igualdade das quais a sociedade democrática era portadora podiam também secretar um desejo de servidão e uma necessidade de comando” (COURTINE, 2015, p. 283).

Uma forma desse desejo/necessidade manifesta-se nas emergentes tecnologias de governar as grandes aglomerações humanas, que buscam tirar bom proveito da administração da classe social dominante, levando-se a uma reflexão sobre as antigas sociedades disciplinares e as atuais sociedades de controle.

Deleuze (1992) descreve que as sociedades disciplinares⁹⁴ procedem à organização dos grandes meios de confinamento, como a família, a escola, a caserna,

⁹⁴ Deleuze (1992) situa as sociedades disciplinares nos séculos XVIII e XIX, as quais atingem seu apogeu no início do século XX seguidas de seu declínio na segunda metade do século XX.

a fábrica, o hospital e a prisão, com sua arte do bom adestramento. Sobre a sociedade disciplinar, Domingues (2016, p. 140) afirma que “a mídia se configura como um *lócus* pedagógico, que produz e dissemina discursos voltados para a moldagem dos sujeitos”, bem como apresenta seus próprios sentidos dessa discursividade, a exemplo do dito popular “Deus ajuda a quem cedo madruga” e a noção de que ser bem-sucedido é ser produtivo e reconhecido por sua produção perante a sociedade.

É assim que, desde o século XIX, os meios de comunicação reforçam esses dizeres por meio dos conteúdos de sua programação, e com o seu poder disciplinar temporal e territorializado, a fim de controlar os sujeitos. Até que em meados do século XX é a vez de a televisão se apresentar como uma mídia disciplinar por excelência, o que acontece devido ao seu modelo tradicional de comunicação “um para todos”, conhecido como meio de comunicação de massa, que opta por uma transmissão unidirecional e um uso disciplinado do tempo e espaço, com maior capacidade de disciplinamento dos sujeitos.

Na prática, a mídia televisiva estabelece uma grade de horários a fim de condicionar o público a se programar para assistir a um determinado programa sempre num determinado horário, tornando os espectadores⁹⁵ em usuários passivos das mensagens pedagógicas ofertadas pela mídia, a qual visa contribuir com o controle social dos indivíduos, algo que está no âmago dos regimes disciplinares: manter as pessoas passivas.

Entretanto, desde o início da década de 2000, as mídias tradicionais enfrentam o desafio de ver a audiência se fragmentar com a expansão do acesso à internet e da possibilidade dos conteúdos, inclusive os televisivos, serem acessados em qualquer lugar e a qualquer hora (DOMINGUES, 2016).

Essas considerações acerca da sociedade disciplinar nos levam a pensar se a lógica da transmissão televisiva massiva também estaria enquadrada neste isolamento dos indivíduos que favorece o controle, diminui os riscos e inviabiliza os “contágios”. Até o surgimento da internet e, especialmente, das redes sociais digitais, cada telespectador assistia à programação da tevê no seu “compartimento” [...]. Com a ascensão das mídias digitais e o fenômeno do consumo de mídia

⁹⁵ Canclini (2008, p. 48) defende que “somos espectadores do que acontece também nas seções do jornal que não são apenas as de espetáculos. É comum que, ao ligar a televisão, seja difícil distinguir se o que vemos é um noticiário ou um *reality show*”. O antropólogo (2008, p. 48) complementa que “ser espectador já não é mais assistir a espetáculos públicos ou vê-los na mídia” e, em razão dessa mudança, “é preciso assumir que também a resistência se desdobra em ações espetaculares” (CANCLINI, 2008, p.49).

através das múltiplas telas, os indivíduos estão separados nos mesmos “compartimentos” de antes (sala, portaria do prédio, cozinha, entre outros), mas estão, simultaneamente, em relação com os outros indivíduos, através da comunicação em rede possibilitada pelos meios digitais. (DOMINGUES, 2016, pp. 158-159).

De acordo com Domingues (2016), pela primeira vez se altera a forma de transmissão das informações de um modelo unidirecional para a possibilidade de diversos atores sociais passarem a produzir e distribuir dados variados, tendo acesso a todos eles, simultaneamente, em escala global e em tempo real. Estamos, então, diante de um espaço de transição e colisão entre a comunicação disciplinar, que torna os sujeitos passivos, e a comunicação de controle, com sujeitos interativos e participativos.

Isso porque, como sabemos que as instituições estão condenadas até a instalação das novas forças que se anunciam, as formas ultrarrápidas de controle ao ar livre substituíram as antigas disciplinas que operavam na duração de um sistema fechado. Deleuze (1992) faz uma comparação dos confinamentos como moldes e dos controles como uma modulação, isto é, uma moldagem autodeformante que muda continuamente, a cada instante e, segundo ele, isto se vê nitidamente na questão dos salários:

[...] a fábrica era um corpo que levava suas forças internas a um ponto de equilíbrio, o mais alto possível para a produção, o mais baixo possível para os salários; mas numa sociedade de controle a empresa substituiu a fábrica, e a empresa é uma alma, um gás [...]. A fábrica constituía os indivíduos em um só corpo, para a dupla vantagem do patronato que vigiava cada elemento na massa, e dos sindicatos que mobilizavam uma massa de resistência; mas a empresa introduz o tempo todo uma rivalidade inexpiável como sã emulação, excelente motivação que contrapõe os indivíduos entre si e atravessa cada um, dividindo-o em si mesmo. (DELEUZE, 1992, p. 221).

Quando a fábrica cede lugar à empresa, não estamos falando apenas de uma evolução tecnológica, mas, sim, de uma ressignificação do capitalismo, que aparece agora essencialmente dispersivo. A família, a escola e todos os meios de confinamento “são agora figuras cifradas, deformáveis e transformáveis, de uma mesma empresa que só tem gerentes” (DELEUZE, 1992, p. 224) e que concebe “um mecanismo de controle que dá, a cada instante, a posição de um elemento em espaço aberto, animal numa reserva, homem numa empresa (coleira eletrônica)” (idem).

Isso significa que não estamos muito longe do que imaginou Félix Guattari, conforme descreveu Deleuze (1992), acerca de um cartão eletrônico (individual) que abriria as barreiras da casa, da rua, do bairro etc. No entanto, o problema não está na barreira, mas no computador que detecta a posição de cada um, de forma lícita ou ilícita, e opera uma modulação universal em que esse mesmo cartão poderia também ser recusado em tal dia, ou entre tal e tal hora, como hoje observamos o sofrimento dos motoristas de aplicativo, a exemplo da empresa *Uber*.

Grohmann (2020) explica que o termo “uberização”, fenômeno que cresceu na maioria das cidades brasileiras em face da alta taxa de desemprego, levando pessoas a se cadastrarem como motoristas do aplicativo administrado pela empresa *Uber*, não recobre a multiplicidade de atividades de trabalho mediadas por plataformas além da própria *Uber*. Isso porque há uma variedade de lógicas de extração de valor e características de trabalho que levam a expressão “plataformização do trabalho” a melhor descrever o atual cenário do labor digital, que é descrita por Grohmann (2020, p. 172) como

a dependência que trabalhadores e consumidores passam a ter das plataformas digitais – com suas lógicas algorítmicas, dataficadas e financeirizadas – em meio a mudanças que envolvem a intensificação da flexibilização de relações e contratos de trabalho e o imperativo de uma racionalidade empreendedora (DARDOT; LAVAL, 2016) como vias de justificação dos modos de ser e aparecer do capital.

Uma das formas de materialização desse modo de ser e aparecer do capital encontrou sinais de resistência no dia 1º de julho de 2020, quando motoristas de aplicativos fizeram uma paralisação nacional contra a precarização do trabalho, que foi chamada na internet de “breque dos apps”, com o objetivo de causar uma parada no sistema de delivery⁹⁶. O “breque” significa o desejo dos entregadores de pôr um freio nas péssimas condições de trabalho da categoria e, por esse motivo, foi necessário “desligar os aplicativos”, como uma forma de reiniciar a relação de trabalho de forma digna, diferentemente do “trabalhar muito e ganhar pouco”. A *sequência*

⁹⁶ Inclusive, vale ressaltar que a greve aconteceu durante a pandemia causada pelo coronavírus, quando os entregadores foram considerados como atividade essencial por intermediarem as pessoas em quarentena a itens como comida e produtos em geral. Contrariamente a esse movimento, o aumento do desemprego diante da crise econômica evidenciada pela pandemia levou muitas pessoas a buscarem trabalho na atividade de motorista de aplicativo, o que deixou as empresas do segmento com um poder de barganha maior diante de grande contingente de força de trabalho.

discursiva 20 (SD 20) foi extraída do título da reportagem, produzida pelo canal de tecnologia da UOL, o *Tilt*.⁹⁷

SD 20 - É greve: entregadores param hoje e fazem **desafio** à economia dos aplicativos (grifo nosso) [Título da reportagem do Tilt/UOL].

O próprio título da reportagem apresenta uma inversão na relação empresa/entregadores, quando utiliza a palavra “desafio” não como uma característica positiva inerente ao sujeito empresarial, o qual encontraria no trabalho autônomo como motorista de aplicativo os caminhos para a liberdade profissional, conforme propaga o discurso neoliberal. Diferentemente, o “desafio” é expresso como uma atitude de afronta dos entregadores em relação ao regime imposto pelas empresas que adotaram a “economia de aplicativos” ou “economia dos bicos”, como definem os próprios sujeitos empresariais, numa espécie de “revolta contra as plataformas”, que evidencia a tensa relação entre empregador e empregado, ou melhor, contratante e contratado (uma vez que não há vínculo empregatício) - que os *apps* chamam de “parceiros”, para simular uma relação de afetividade, quando, na realidade, prioriza-se o interesse econômico.

Ao desafiarem a economia dos aplicativos, os entregadores listaram algumas exigências: o reajuste de preço, o reajuste anual, a criação de uma tabela de preços, a entrega de equipamentos de proteção individual (EPIs), o apoio contra acidentes, a revisão do programa de pontos e o fim de bloqueios indevidos. De acordo com a reportagem do canal *Tilt*, a revisão do programa de pontos é questionada por alguns motoristas porque os sistemas que fazem o ranking de entregadores, a exemplo da empresa *Rappi*, exigiria que o sujeito-empresa trabalhasse “de *domingo a domingo* para pegar os melhores pedidos” (grifo nosso).

Em resposta à reivindicação, a empresa explicou que “entregadores parceiros com um maior número de pontos possam ter preferência para receber pedidos, criando mais *oportunidades* para eles” (grifo nosso). Na simulação do discurso empresarial, a sujeição ao trabalho 24/7, isto é, ficar à disposição 24 horas por dia e

⁹⁷ RIBEIRO, Gabriel Francisco. “É greve: entregadores param hoje e fazem desafio à economia dos aplicativos”. **Tilt/UOL**, São Paulo, 1º jul. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/07/01/e-greve-entregadores-param-hoje-e-fazem-desafio-a-economia-dos-aplicativos.htm>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

7 dias por semana é, então, encoberta pelas “oportunidades” oferecidas pelas empresas.

A outra reclamação constante dos entregadores diz respeito às políticas das empresas que punem os motoristas de aplicativo que rejeitam pedidos com bloqueios, obrigando-os a estarem sempre disponíveis para evitar represálias do sistema, inclusive durante a paralisação. À reportagem, a empresa *iFood* respondeu que “recebe denúncias e tem evidências do descumprimento de regras, que pode incluir, por exemplo, extravio de pedidos, fraudes de pagamento ou, ainda, cessão da conta para terceiros”, evidenciando, assim, o discurso da ameaça e da punição numa sociedade de vigilância total (ou sociedade de controle, conforme descreveu Deleuze). Mesmo a empresa comunicando “apoiar a liberdade de expressão e que não desativará entregadores por participarem de movimentos”, houve opiniões divergentes na adesão ao movimento que luta por melhorias para a categoria, como podemos identificar na *sequência discursiva* 21 (SD 21).

SD 21 - “Se você não quer trabalhar, tem quem queira” (grifo nosso) [Fala de entregador de aplicativo extraída da reportagem “É greve: entregadores param hoje e fazem **desafio** à economia dos aplicativos”, extraída da reportagem do Tilt/UOL].

O discurso da ameaça (expresso na construção “se...então”) presente no contexto empresarial enfatiza o afeto do medo do entregador que, estando no serviço, resolve não aderir à paralisação por depender da renda do dia e pelo temor de perder a fonte do seu sustento, mesmo reconhecendo as precárias condições de trabalho em que atua. O discurso empresarial propaga ainda o caráter da concorrência entre os entregadores, visto que há uma grande procura pelas vagas de trabalho decorrente da alta taxa de desemprego e do fechamento de vagas formais - o que diminui o poder de negociação da categoria e aumenta o abuso das empresas de aplicativos que adotam um modelo de negócio perverso para com os entregadores: as empresas lucram mais enquanto os trabalhadores têm sua força de trabalho desvalorizada.

Uma pesquisa realizada pela Rede de Estudos e Monitoramento da Reforma Trabalhista (Remir Trabalho)⁹⁸, no período de 13 a 20 de abril de 2020, por meio de

⁹⁸ Ver SOUZA, Felipe; MACHADO, Leandro. “Coronavírus: entregadores de aplicativo trabalham mais e ganham menos na pandemia”. **Tilt/UOL**. São Paulo, 07 mai 2020. Disponível em:

um questionário online que ouviu 252 pessoas de 26 cidades brasileiras, revelou que os entregadores de aplicativo, apesar de terem trabalhado mais durante a pandemia, tiveram uma redução significativa do salário. Os pesquisadores dizem ser possível aventar que as empresas estão promovendo uma redução do valor da hora de trabalho dos entregadores em plena pandemia e sobremajorando seu ganho às custas do trabalhador, que vive uma jornada de trabalho considerada ininterrupta.

Um caminho para reverter esse quadro dos entregadores, que vivem no limite da vulnerabilidade, seria estabelecer uma legislação para definir a operação dessas empresas, assim como reconhecer um vínculo empregatício entre os aplicativos e os entregadores⁹⁹. Isso porque muitos dos direitos trabalhistas são negados com a justificativa das empresas de aplicativo de que não há vínculo. No entanto, estamos diante de um paradoxo: ao mesmo tempo em que os entregadores se dispõem a trabalhar como autônomos, exigem alguns direitos das empresas. Inclusive, há ainda discordâncias entre os entregadores sobre a contratação e os direitos trabalhistas, sendo que alguns preferem ter e outros não, como se pode notar na *sequência discursiva* 22 (SD 22), ainda da referida reportagem.

SD 22 - “A CLT, que era engessada, não deixava ganhar mais. Quando entrou o app ganhávamos três a quatro vezes mais do que com a CLT, aí foi só abaixando e abaixando. Foi aí que percebemos que o aplicativo estava **abusando** e fazendo uma **ditadura** [sic]” (grifos nossos) [Fala de entregador de aplicativo extraída da reportagem “É greve: entregadores param hoje e fazem **desafio** à economia dos aplicativos” extraída da reportagem do Tilt/UOL].

O discurso enunciado pelo entregador Edgar Silva demonstra as diferenças entre os regimes CLT e autônomo. A CLT caracteriza-se pela relação de emprego quando existe, de forma cumulativa, a presença concomitante da pessoalidade, onerosidade, não eventualidade (continuidade) e subordinação. O trabalho autônomo

<<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/bbc/2020/05/07/coronavirus-entregadores-de-aplicativo-trabalham-mais-e-ganham-menos-na-pandemia.htm>>. Acesso em: 09 jun. 2021.

⁹⁹ Em abril de 2022, circulou na mídia a notícia de uma decisão da Justiça do Trabalho de Alagoas que reconhece vínculo empregatício entre a empresa *Uber* e motorista. A juíza determinou que a plataforma realize anotações na carteira de trabalho do motorista e deposite FGTS, mas a *Uber* informou que vai recorrer da decisão. A reportagem foi publicada em G1 AL. “**Justiça do Trabalho de Alagoas reconhece vínculo empregatício entre Uber e motorista**”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2022/04/06/9a-vara-do-trabalho-de-maceio-reconhece-vinculo-empregaticio-entre-uber-e-motorista.ghml>>. Acesso em: 12 de abr. 2022.

não caracteriza, por si só, a relação de emprego, e sim, a relação de trabalho. Isso significa que o próprio autônomo é responsável pelos riscos da sua atividade e a ele próprio cabe definir a forma de executá-la, competindo ao contratante tão somente especificar as diretrizes básicas para a execução da prestação dos serviços.

Esse modelo de trabalho evidencia o “abuso” na relação empresa/entregador, que chega a ser comparado com o regime autoritário da ditadura civil-militar do Brasil, que, numa analogia, estabelece a censura aos entregadores, restrição aos direitos trabalhistas e bloqueios aos opositores do modelo de negócios estruturado no “capitalismo de plataforma”¹⁰⁰. É evidente, contudo, que esses entregadores são considerados exemplos do que entendemos como “sujeito-empresa”.

É possível, também, compreender melhor o que se entende por “crise das instituições”, isto é, a implantação progressiva e dispersa de um novo regime de dominação, o *regime de empresa*, e suas novas maneiras de tratar o dinheiro, os produtos e os sujeitos, que já não passam pela antiga forma-fábrica, e sim pela forma-empresa. Essas transformações no corpo social se expressam também no campo discursivo, quando as palavras de ordem (tanto do ponto de vista da integração quanto da resistência) são reguladas pelas sociedades disciplinares; enquanto nas sociedades de controle a linguagem numérica é feita de cifras, que marcam o acesso à informação ou sua rejeição, a exemplo do que acontece com os entregadores.

É relevante destacar, porém, que uma sociedade (disciplinar ou de controle) não exclui a outra, pois ambas coexistem numa *vida em rede*, na qual nenhuma comunicação está terminada, pois vivemos num fluxo constante de atualização, correção, complementação e mais informação a ser acrescentada. Na comunicação de controle, vivemos a trama da multiplicação dos algoritmos, do fim da privacidade e da retórica da “liberdade” por não estarmos mais confinados em compartimentos, mas vigiados pelos nossos rastros digitais enquanto somos iludidos a pensar que estamos livres.

Com base nas características que se chegou a delinear de uma comunicação disciplinar e de uma comunicação de controle¹⁰¹, Domingues (2016, p. 290) defende

¹⁰⁰ Capitalismo de plataforma é o termo usado para designar um conjunto de atores corporativos que se apresentam como meros intermediários tecnológico-comunicacionais e que articulam uma relação de serviços e negócios entre indivíduos ou instituições.

¹⁰¹ Domingues (2016) apresenta um quadro de características da publicidade disciplinar e da publicidade de controle. A primeira seria analógica, unidirecional, territorializada (horários e locais definidos), linguagem publicitária, pesquisa realizada a priori ou a posterior, não colaborativa, não programática e com a finalidade da disciplina. A segunda, com os avanços da tecnologia digital, seria

que toda comunicação seria de controle, visto que esta “parece se configurar como um pleonasmo [...], parece ter como finalidade controlar as subjetividades para, assim, conseguir controlar os sujeitos e atingir seus objetivos”.

Pensar sobre esses modos de produção de subjetividades na sociedade empresarial, que utiliza dados a favor de estratégias mercadológicas, é entender as formas de conexão, controle e servidão. Ou melhor, uma *ciberservidão* voluntária, como diria La Boétie hoje, que acontece quando “os indivíduos são cativados a servirem a marcas e empresas, comprando seus produtos, suas ideias, compartilhando seus modelos, adotando os estilos de vida propostos, os padrões estéticos apresentados como dignos de atenção e de adesão” (DOMINGUES, 2016, p. 308) e, desse modo, aceitam se “dessingularizar” de maneira pacífica e acrítica.

A ampla adesão de milhões de pessoas no mundo inteiro às redes sociais digitais, que fazem parte de uma estratégia de vigilância de massa com fins comerciais, leva-nos a pensar sobre como nossas subjetividades estão atreladas a essa modalidade de servidão contemporânea, como servimos à máquina capitalista de controle entregando nossos dados, voluntariamente, a partir do momento em que narramos nossas vidas, cotidianamente, nas redes sociais, em que permitimos o acesso do *Google* aos nossos dados, inclusive enquanto escrevemos essa tese, e nos questionamentos se há alternativas a este grande emaranhado de poderes e de potências vigentes no mundo globalizado. As pessoas não são obrigadas a relatarem suas vidas nas redes sociais digitais, como *Facebook* ou *Instagram*, nem são convocadas a se posicionarem politicamente através de *tweets*, nem sequer precisam se geolocalizar, dizendo à sua rede de contatos onde estão naquele momento, mas relatam suas vidas nas redes sociais, posicionam-se politicamente através de *tweets*, geolocalizam-se a fim de dizerem à sua rede de contatos (e aos administradores da plataforma digital) onde estão naquele momento, entre outras ações realizadas espontaneamente porque, antes de tudo isso, há uma produção de uma subjetividade impelida pelo sistema a essas ações. (DOMINGUES, 2016, p. 310).

Como explica Domingues (2016, p. 320), talvez seja nas fissuras “que possamos minimizar os resquícios dos regimes disciplinares e enfrentar a prisão a céu aberto da sociedade de controle”. Identificar lugares onde os sujeitos que não “cabem” no regime do capital conseguem romper com seus sofrimentos é um movimento de ruptura diante da gestão e produção do medo que movimenta as relações das quais os sujeitos/trabalhadores são fantoches à procura da sua liberdade.

digital, pluridirecional, móvel (em fluxo constante - *continuum*), linguagem híbrida, pesquisas realizadas em tempo real (24/7), colaborativa, programática, e com a finalidade de controle.

Esses certos espaços inéditos ou alternativos do discurso abrem uma possibilidade para politizar o sofrimento do sujeito/trabalhador, o qual busca por possibilidades de mudança e de transformação na maneira de pensar, sentir e agir. Isto é, de “ousar pensar por si mesmo” (PÊCHEUX, 2014a, p. 281), pensar acerca do espaço de transição, que orienta acerca da ação do homem num mundo de complexo processo de vivência afetiva em meio ao sofrimento.

4.2 Pensamento decolonial: afetos e efeitos de liberdade

Qual a contribuição do pensamento decolonial¹⁰² para a reflexão sobre o lugar de mudanças e transformações que os afetos podem produzir em meio aos sofrimentos oriundos da profusão do discurso do empreendedorismo? A proposta decolonial apresenta algumas construções que contribuem para a costura teórica, ética e política que esta pesquisa apresenta, como a necessidade de voltar à História para compreender que a lente decolonial, diante da relação colonial opressão/resistência, propõe o comprometimento dos nossos saberes para que, ainda hoje, seja necessário fortalecer a resistência dos trabalhadores diante da opressão da sociedade empresarial – entendida como mais uma forma de existir do *capital*.

O pensamento decolonial surge a partir do entendimento de que a colonização, período histórico derivado do processo de expansão territorial marcado pelas navegações e descobertas de novos continentes, é um evento prolongado e de muitas rupturas, exatamente por isso que não se constitui como uma etapa histórica já superada. Ballestrin (2013) afirma que a colonialidade é uma consequência do colonialismo (projeto de expansão capitalista que marcou o início da sociedade moderna) e uma forma dominante de controle de recursos, trabalho, capital e conhecimento limitados a uma relação de poder articulada pelo mercado, que permanece enraizada na sociedade, mesmo após o fim das relações coloniais.

A autora complementa que, por mais que o colonialismo tenha sido superado, a colonialidade continua presente nas mais diversas formas e, sobretudo, nos

¹⁰² O Grupo Modernidade/Colonialidade (M/C), constituído no final dos anos 1990, defende a “opção decolonial” – epistêmica, teórica e política – para compreender e atuar no mundo, marcado pela permanência da colonialidade global nos diferentes níveis da vida pessoal e coletiva. Dentre os principais membros do Grupo, estão nomes como Aníbal Quijano, Enrique Dussel, Walter Dignolo, Immanuel Wallerstein, Santiago Castro-Gómez, Nelson Maldonado-Torres, Ramón Grosfoguel, Edgardo Lander, Arthuro Escobar, Fernando Coroní, Catherine Walsh, Boaventura Santos e Zulma Palermo (BALLESTRIN, 2013).

discursos reproduzidos cotidianamente e propagados para grupos que são silenciados, oprimidos e colocados à margem da sociedade moderna. Grupos cujos integrantes têm em comum o fato de serem trabalhadores, ou ainda de nem conseguirem um lugar no mercado de trabalho – os desempregados, os desalentados que resolveram não mais (ou nem sequer) empreender nos negócios e na vida.

A colonialidade é referente ao entendimento de que o término das administrações coloniais e a emergência dos Estados-nação não significam o fim da dominação colonial. Há [...] a continuidade da estrutura de poder colonial e, portanto, da dominação colonial, por meio do que denomina colonialidade sendo, então, posta a necessidade de um movimento teórico-político de contraposição: o decolonial. (SANTOS, 2018, p. 4).

Santos acrescenta que a noção de colonialidade decorre do fato de que os processos de descolonização não resultam em mundos descolonizados. Nesse sentido, “o decolonial seria a contraposição à ‘colonialidade’, enquanto o descolonial seria uma contraposição ao ‘colonialismo’” (SANTOS, 2018, p. 3). Ou seja, mesmo com a descolonização, permanece a colonialidade. Ou melhor, de acordo com o pensamento de Castro Gómez & Grosfoguel (2007), a categoria decolonialidade é compreendida como uma segunda descolonização.

Desse modo, entende-se que a experiência vivida na colonização ainda gera impactos – os quais, particularmente para a pesquisa, estão expressos na linguagem –, porque a colonialidade é a continuidade da propagação do discurso colonial, sendo uma matriz que se expressa essencialmente em relações dominantes de poder, saber e ser. É nesse sentido que ocorre a desumanização, isto é, a perda da existência do sujeito, tanto em relação ao ato de existência do ser humano como também em relação às suas capacidades e valores, postos à comparação do padrão colonizador/opressor, que é expresso hoje pela *forma empresa* simulada pelo *capital*.

Um exemplo apresentado por Maldonado-Torres (2012) acerca desse assujeitamento que interpela o sujeito pela ideologia dominante seria a negação da existência dos povos indígenas durante o período colonial, em que eram considerados como povos selvagens, não civilizados e “sem alma”. Similarmente, outro exemplo derivado do enfoque desta pesquisa seria o sujeito trabalhador que não aderiu à *forma empresa* e está à margem da sociedade de mercado. Isso significa que, ainda hoje, os trabalhadores são afetados também por essa realidade colonial que aparece na

forma de medo, ansiedade, inveja, dentre outros afetos de que o discurso do empreendedorismo se utiliza para fazer o sujeito se moldar ao padrão colonizador ditado pelo mercado.

Esse contexto, no entanto, coloca o homem entre dois abismos: o que já conhecemos bem sobre a servidão, mas também o de possibilidades para pensar sobre a liberdade. Sendo assim, entender a origem da opressão colonial que reverbera até hoje significa também entender que é possível pensar e agir de forma diferente e essa forma está presente no pensamento decolonial, que propõe romper com os afetos gravados nas mentes e corpos por gerações, sendo considerado um projeto de libertação social, político, cultural e econômico que visa dar autonomia aos sujeitos.

A decolonialidade é, então, um caminho para resistir e desconstruir padrões, conceitos e perspectivas impostos durante anos. Para esse movimento, Nelson Maldonado-Torres cunhou o termo “giro decolonial”, que significa o movimento de resistência teórico e prático, político e epistemológico, à lógica da modernidade/colonialidade¹⁰³. O “giro decolonial” objetiva transfigurar a concepção de mundo e emergir conhecimentos que, muitas vezes, sempre existiram e que não encontravam espaço de apreciação, invisibilizados pelos saberes dominantes. (BALLESTRIN, 2013).

O pensamento decolonial [...] quer salientar que a intenção não é desfazer o colonial ou revertê-lo, ou seja, superar o momento colonial pelo momento pós-colonial¹⁰⁴. A intenção é provocar um posicionamento contínuo de transgredir e insurgir. O decolonial implica, portanto, uma **luta** contínua. (COLAÇO, 2012, p. 8, grifo nosso).

Para esse movimento de luta, Reis e Andrade (2018) defendem ser necessário apropriar-se dos mesmos recursos utilizados pelo colonizador, pois essa forma de agir tornou-se necessidade urgente para a construção de um projeto decolonial verdadeiramente emancipatório. Os autores citam o exemplo dos franceses, que,

¹⁰³ Maldonado-Torres organizou, em 2005, um encontro em Berkeley chamado *Mapping Decolonial Turn*, no qual o grupo M/C dialogou com um grupo de filósofos caribenhos e filósofas latinas. Essa reunião foi fundamental para constituir a decolonialidade como o terceiro elemento da modernidade/colonialidade (MIGNOLO, 2010).

¹⁰⁴ O pensamento pós-colonial articula-se na perspectiva de demonstrar as dessemelhanças antagônicas existentes entre colonizador e colonizado, denunciando essa discrepância como um projeto de domínio e opressão.

adentrando na África, estimularam a construção de escolas e inseriram elementos da sua cultura nos seus currículos justificando o “acesso” dos autóctones à civilização.

Similarmente, a fim de se colocar em prática o projeto decolonial, tornar-se-á necessário utilizar os aparatos educacionais, políticos e curriculares a fim de se proporcionar o direito à voz aos sujeitos subalternos [...] Para tanto, tornar-se-á necessário um currículo educacional cuja pluriversalidade configure orientação teórico-metodológica na produção dos conhecimentos. (REIS, ANDRADE, 2018, p. 7).

Neste aspecto, os autores lembram ainda dos projetos de educação escolar indígena atuais no Brasil, liderados pelos movimentos indígenas que reivindicam maior atenção às suas culturas. A decolonialidade perpassa, então, pela descolonização epistêmica do lugar ocupado pelos sujeitos indígenas, ensejando do Estado o fomento de modelos diferenciados de currículos escolares que garantam o protagonismo dos povos indígenas brasileiros dentro de suas peculiaridades culturais, econômicas e sociais (REIS, ANDRADE, 2018).

Nessa perspectiva educacional, os modelos de educação indígena têm sido tomados como alternativas pedagógicas decoloniais importantes, pois trazem perspectivas diferentes, como a visão não exploratória da natureza ou do trabalho, ou ainda a valorização dos interesses coletivos antes dos individuais – valores que põem em questionamento categorias explicativas (e normativas) até então naturalizadas como absolutas (REIS, ANDRADE, 2018). A decolonização se trata, portanto, de um projeto emancipatório e libertador.

Todavia, o pensamento decolonial não trata simplesmente de retirar o verniz imposto pela situação colonial, tampouco se refere à emancipação simplesmente em termos políticos e econômicos. Trata-se, dentre todas estas possibilidades, especialmente, de retomar a cultura autóctone dentro da sua legitimidade e autenticidade epistêmica, posto que apenas retirar o verniz imposto pelo colonizador resultaria em sociedades vazias, e não um retorno às epistemologias originárias dos povos subalternos. (REIS, ANDRADE, 2018, p. 10).

Sendo assim, com o entendimento spinozano de que o conhecimento é o mais potente dos afetos, a descolonização dos afetos tristes se mostra indispensável na medida em que a colonização do pensamento ditada pelo mercado faz com que perdurem uma cadeia de afetos que fazem sofrer, especialmente na esfera

econômica, por meio da forma opressora como o mercado deles se utiliza. Diante disso, ratificamos o argumento de Reis e Andrade (2018), o de ser necessário apropriar-se dos mesmos recursos utilizados pelo colonizador para promover uma mudança/transformação na sociedade, assim como também defende Piovezani (2020, p. 267): “Quando a doença consiste na reprodução das ideologias e dos recursos hegemônicos, o tratamento tem de passar pela ativação de princípios de ideologias e discursos alternativos”.

Se aqui o problema é a fala preconceituosa de uns que condena a de tantos outros e que molda a escuta discriminatória de quase todos, a solução não é o silêncio, mas a produção de falas libertárias que não calem e que nem pretendam oprimir ninguém [...] precisamos falar da nossa própria fala, de sua diversidade e de suas variações e, principalmente, dos poderes e perigos envolvidos nas lutas que aumentam ou diminuem as diferenças e as distâncias entre as classes, os grupos sociais e os sujeitos que se situam real e imaginariamente em seu interior. (PIOVEZANI, 2020, p. 267).

A partir do que enuncia Piovezani, pode-se afirmar que, da mesma forma que as/os palavras/discursos são utilizados pelo mercado para convencer o sujeito a se tornar uma “empresa”, são também a sua arma para a libertação. Mas, na nova maneira de dizer, os conteúdos e as formas do discurso se ressignificam para que os sujeitos se situem de forma real no interior da sociedade. Para isso, foi preciso tanto saber e falar dos “cruéis abismos entre alguns poucos milhares, que gozam dos prestígios usufruídos pela linguagem” (PIOVEZANI, 2020, p. 267); como também saber e falar dos “muitos milhões, que sofrem com os estigmas, a cada vez que, apesar das tantas dores e das muitas opressões, ousam abrir suas bocas e falar” (PIOVEZANI, 2020, p. 267).

O discurso configura-se, então, como, simultaneamente, o veneno e a cura. Piovezani (2020, p. 267) alerta, contudo, que “conhecer o veneno, sua ação e seus efeitos perversos é condição necessária, mas não suficiente, para a cura do envenenamento”. O autor defende a saída da servidão pela linguagem por meio do que ele denomina “metalinguagem de emancipação popular”, que consiste no dizer sobre os atos de dizer e ouvir, no intuito de contribuir para a desconstrução das evidências segundo as quais haveria falas e escutas essencialmente melhores do que outras. A condição necessária e suficiente apenas acontece, se a forma de

emancipação ajudar a compreender que o povo pode e deve se apoderar do discurso, dos afetos alegres e dos efetivos exercícios de cidadania (PIOVEZANI, 2020).

[...] a metalinguagem guarda em si a possibilidade de ser veneno, mas também de ser antídoto. Ela pode, portanto, representar tanto o vírus da doença quanto o remédio para a sua cura. Assim, quando o que se diz está mal-informado e a serviço do preconceito, perpetua discriminações e exclusões. Porém, desde que provido de uma compreensiva sabedoria do povo ou da explicação científica de especialistas comprometidos com as causas populares, possui um enorme potencial emancipatório. (PIOVEZANI, 2020, p. 269).

Com efeito, a “metalinguagem de emancipação popular” pode tanto reivindicar a legitimidade constantemente negada à voz do povo quanto denunciar e até mesmo suspender os poderes opressores. Mas, é importante destacar que, quando se trata de compreender as práticas da voz e da escuta do sujeito, as relações entre a história e as sensibilidades, entre a política e os afetos devem estar sempre presentes. Isso porque, conforme observou Sawaia (2002), os afetos passaram a compor o discurso de empresários, mídia, políticos e senso comum - o que alerta para o perigo advindo do uso da afetividade, que serve tanto para recuperar a dimensão humana como para a manipulação e exploração mercantil da subjetividade em benefício do lucro.

A gestão pós-moderna descobriu a chamada **inteligência emocional**. Peritos em emoção surgem com incrível velocidade, criando conhecimentos e tecnologias (receitas) para manipular e regular sentimentos, assim como cursos para ensinar que o chefe emocionalmente inteligente evita atritos pessoais e passa ao trabalhador a sensação de que são amados, reconhecidos e participantes (embora mal-remunerados). Criam-se cálculos sofisticados para medir quanto os investimentos em afetividade revertem em benefício da empresa, bem como escalas de avaliação da “**inteligência emocional**”, cujo parâmetro é a sua eficácia produtiva. (SAWAIA, 2002, p. 116, grifo nosso).

Assim, complementa Sawaia (2002, p. 116), “elege-se a subjetividade como alvo de ação e os recursos ‘psis’ como estratégia, mas com finalidade utilitarista de transformá-lo em força produtiva”. Somado a isso, o conceito de “inteligência emocional”¹⁰⁵ – característica de uma nova racionalidade emocional individual - ilustra

¹⁰⁵ Illouz e Alaluf (2020, p. 80-81) definem “inteligência emocional” como “a capacidade de perceber e de expressar com justeza as emoções, de se servir de suas emoções para facilitar a reflexão, de compreender e de gerenciar as emoções para seu próprio desenvolvimento emocional”.

a maneira como as emoções foram transformadas em competências que, por sua vez, foram objetivadas e tornaram-se entidades mensuráveis da produção do trabalhador (ILLOUZ, ALALUF, 2020).

Illouz e Alaluf (2020) também identificaram que as emoções¹⁰⁶ estão ligadas ao capitalismo e defendem que existe um “capitalismo emocional”. As autoras explicam que o termo “abarca uma grande variedade de fenômenos e visa descrever e explicar os processos pelos quais a economia e as emoções acabaram convergindo” (ILLOUZ, ALALUF, 2020, p. 100). Uma forma pela qual o “capitalismo emocional” se expressa seria por meio do apelo e da exploração das emoções no discurso, para aumentar a eficácia dos processos de trabalho nas empresas a fim de formar uma nova ética, a do trabalhador feliz.

Se, desde 1910, sob a influência do taylorismo, a retórica da engenharia concebia os homens como “máquinas” para estabelecer a autoridade do gestor; por volta de 1930, criou-se um novo vocabulário para os gestores: a produtividade e a disciplina nas empresas eram sugeridas por novas linhas de conduta emocionais propostas pela psicologia clínica. Illouz e Alaluf (2020, p. 77) observam que “psicólogos entremearam as emoções e a ação econômica por meio de uma nova percepção da produção”. Assim, a linguagem da psicologia trouxe, para os gestores/proprietários da empresa, a expectativa de uma maior produtividade; e, para os trabalhadores, a linguagem da psicologia é sedutora na medida em que é mais democrática.

A penetração do pensamento e dos métodos psicológicos no mundo empresarial ilustra a natureza paradoxal que as emoções e a economia mantêm. De um lado, a economia foi emocionalizada, e feminizada no sentido de o local de trabalho ter pouco a pouco enfatizado a comunicação e a empatia. Mas, por outro lado, o recurso às emoções no interior da empresa contribui para padronizá-las a fim de transformá-las em categorias objetivas: como objetos de controle especializado, as emoções podem então ser classificadas e quantificadas, e podem assim ser utilizadas de maneira racional e estratégica a fim de aumentar a eficácia da empresa. (ILLOUZ, ALALUF, 2020, p. 79).

¹⁰⁶ Em relação ao termo “emoção”, uma posição assumida no volume 3 de *História das Emoções* (CORBIN, COURTINE, VIGARELLO, 2020) é a de que o termo cobre amplamente o continente dos afetos, dos sentimentos e das culturas sensíveis. Diferentemente dos autores, esta pesquisa adota o termo “afeto” a partir de Spinoza e reproduz aqui a expressão “emoção” em razão de preservar a forma como os autores da coletânea francesa entenderam o termo.

Essa fórmula garantiu a reforma da linguagem do eu no local de trabalho e, atualmente, permanece – fora das fábricas e do regime de trabalho assalariado – na subjetivação da *forma empresa*, isto é, do sujeito que se tornou “empresa”. E assim as emoções dos “eupresários” ou “trabalhadores por conta própria” são transformadas em benefícios econômicos para os capitalistas. Como afirmam Illouz e Alaluf (2020, p. 79), “a ideia mais recente de ‘trabalho afetivo’ sugere que uma das características centrais do capitalismo tardio e da economia de serviços é utilizada para produzir e manipular os afetos”.

Dessa maneira, os projetos econômicos e psicológicos, por meio de uma visão neoliberal, concebem os indivíduos como “autônomos, responsáveis, livres, estratégicos, capazes de gerenciar seus gostos psicológicos e suas relações com os outros a fim de acompanhar melhor seu próprio interesse e de alcançar a felicidade” (ILLOUZ, ALALUF, 2020, p. 81). Esse conjunto de características descreve o que identificamos como o sujeito empresarial, a crença desse sujeito de que a felicidade explica os sucessos e fracassos resultantes de suas escolhas e a meta de que os indivíduos felizes são os cidadãos perfeitamente funcionais, ou seja, “máquinas” de otimização de si em busca de “felicidade”.

Ao encorajar os trabalhadores a identificar e a regular suas emoções (i. é, a fazer com frequência afirmações positivas em relação à sua própria pessoa, ao mesmo tempo afastando os pensamentos negativos, e também a treinar para manter a esperança e para praticar a gratidão e o perdão), a psicologia positiva parece incluir o campo das emoções em uma lógica da produtividade: autônoma, flexível, interpessoal e emocionalmente saturada. (ILLOUZ, ALALUF, 2020, p. 83).

No contexto econômico atual de precarização do trabalho, as subjetividades tiveram que se transformar para se adaptar às novas exigências do neoliberalismo. Illouz e Alaluf (2020) alertam que, sob o nome de “resiliência”, o capital continua manipulando as emoções dos sujeitos de maneira cada vez mais perversa: “não é necessário que o trabalhador se beneficie de uma segurança no plano econômico, mas que em vez disso ele dê prova de orientação emocional positiva e de ‘resiliência’” (p. 83).

O discurso do mercado que se apoia na resiliência supostamente protegeria o trabalhador contra todas as intempéries do capitalismo, como a de lutar contra a ira ou a ansiedade que o desemprego ou a ruptura de um contrato provocam. Ou seja,

essa é mais uma forma de manter o sujeito-empresa adaptado, contido e a serviço da engrenagem do capital. É, em suma, mais uma forma de ilusão. Como dizem Dardot e Laval (2016), o neoliberalismo remodela as subjetividades, por meio da interiorização das imposições de rentabilidade e de competição, administração por objetivos e avaliação dos desempenhos, pressões múltiplas para se tornar empreendedor. Para isso, os custos psíquicos para o indivíduo podem ser elevados.

Desse modo, as emoções dos trabalhadores foram instrumentalizadas para aumentar a eficácia da empresa, ao enfatizar o sentimento dos trabalhadores, ao exigir um trabalho emocional, uma gestão de si mesmo, e ao favorecer a comunicação e a empatia em detrimento do controle e da disciplina. Esse fenômeno popularizou os mecanismos de gestão emocional, ao conceituar o trabalho em termos de desenvolvimento pessoal, e resultou na conversão das vidas emocionais pessoais dos trabalhadores em um campo de controle e de elaboração utilitarista que ilustram a rearticulação da racionalidade no interior do “capitalismo emocional” (ILLOUZ; ALALUF, 2020).

Illouz e Alaluf (2020, p. 85) chegam à conclusão de que “a psicologia positiva combinou o ideal afetivo de expressão de si moderno com a exigência utilitarista de *self-control* como via racional para alcançar seus fins”. Desse modo, o “capitalismo emocional” reforma a noção de racionalidade, ao compreender as emoções “positivas” (felicidade e resiliência) como motores da ação humana e como condição de um comportamento eficaz, autônomo e emocionalmente saudável dos sujeitos empresariais. Com efeito, a preocupação dos estudos da psicologia positiva não é a emancipação dos homens, mas o gerenciamento instrumental de suas emoções.

Do mesmo modo que a linguagem afetiva da psicologia invadiu as empresas, Charaudeau (2010) também observou o uso dos afetos como forma de manipulação pela mídia. Ele ratificou que a Análise do Discurso pode se interessar pela afetividade para estudar o processo discursivo pelo qual o afeto pode ser estabelecido e fez isso ao revisar as características do discurso da informação televisiva¹⁰⁷ para mostrar como seu dispositivo comunicativo instaura o possível surgimento dos efeitos de

¹⁰⁷ O estudo de Charaudeau (2010), guardadas as devidas distinções com Pêcheux, é resultado de uma empreitada sobre o universo de patemização tal como ele aparece na televisão, nos jornais televisivos, nas reportagens, nas revistas e nos debates.

patemização¹⁰⁸ e destacar algumas das estratégias enunciativas com visada patêmica (CHARAUDEAU, 2010).

Como resultado da pesquisa, Charaudeau estruturou o universo de patemização das mídias em quatro grandes tópicas. Para melhor caracterização dessas tópicas duplamente polarizadas (em afeto, negativo ou positivo, visto que a patemia não é somente sofrimento), foi preparado o seguinte quadro-síntese a partir dos estudos de Charaudeau, apresentado na página seguinte.

¹⁰⁸ Charaudeau (2010) prefere os termos “pathos”, “patêmico” e “patemização” em lugar de emoção, porque isso permite inserir a Análise do Discurso das emoções na filiação da retórica desde Aristóteles, dos discursos em uma perspectiva de visada e de efeitos, e porque permite dissociar a AD da Psicologia e da Sociologia.

Universo de patemização das mídias

Afeto	Efeitos de patemização
Dor (Tristeza)	Narrativas de introspecção, de confiança e de confissão que são veiculadas nos programas do tipo 'psi-shows', que põem o telespectador em posição, ao mesmo tempo, de voyeur e de testemunho impotente.
Alegria	Imagens de multidão alegre e as entrevistas de pessoas felizes (torcedores após um jogo ganho; fãs na saída de um show; participantes nas Jornadas Mundiais da Juventude), que colocam o telespectador em posição distanciada ou de ironia frente a uma televisão euforizante.
Angústia (Medo)	Cenas de pânico em primeiro plano com rostos que exprimem terror, as entrevistas de testemunhas que se encontram em uma situação terrível repetitiva (guerra na Bósnia, erupções vulcânicas), que colocam o telespectador em posição de ter que partilhar ou recusar a ameaça ou o medo.
Esperança	Testemunhos de confiança dos notáveis e as mensagens eleitorais dos políticos, bem como comentários jornalísticos durante sequestros, guerras (daquele evento que dura e para o qual se deseja uma saída positiva), que colocam o telespectador em posição de ter que partilhar ou recusar a esperança ou a confiança.
Antipatia	Descrição de casos que buscam os responsáveis pelos prejuízos cometidos, como as manifestações de protesto e a encenação de debates (do tipo <i>Droit de réponse, Ciel, mon mardi!</i>) [<i>Direito de resposta e Céus, minha terça!</i>], promovendo uma televisão que denuncia e coloca o telespectador na posição de moralista.
Simpatia	Vítimas de um drama, populações em sofrimento (os sem-teto), cenas humanitárias e também organização de campanhas de solidariedade (Teleton) e entrevistas de confissão ("Tirando a máscara"), que colocam o telespectador na posição de moralista.
Repulsa	Personagens carismáticos julgados negativos (Le Pon) ou criminosos (assassinos, pedófilos), que colocam o telespectador numa posição ambígua de fascinação (ele é atraído pela própria repulsa).
Atração	Figuras carismáticas (o Papa, o Abade Pierre, Bernard Tapie) colocam o telespectador em posição de apreciador que tem admiração por essas personagens.

Fonte: Charaudeau, 2010, pp.49-53 (com adaptação).

Na investigação dos afetos nas narrativas da televisão, Charaudeau (2010) entendeu que o telespectador é solicitado muito mais a crer e a sentir, do que a compreender. Em seus estudos, ele concluiu que a televisão manipula o paradoxo da “declaração verdadeira”, em que o “verdadeiro” é aquilo que se sente e não se discute.

Similarmente ao papel da mídia televisiva, que já foi considerada um grande instrumento de poder, o discurso do mercado também atua de modo a utilizar estratégias de patemização com fins de convencer o sujeito a se afastar do sofrimento de ser trabalhador e buscar a “liberdade” com o empreendedorismo, isto é, na posição de ser dono no próprio negócio – o que Amaral (2022) reconhece como uma *contraidentificação* do sujeito/trabalhador na modernidade, isto é, o sujeito desconhece-se na *formação discursiva do mercado*, por estar conduzido pela crença na autonomia do pensamento e supondo-se sujeito livre para decidir sobre seu destino.

Com a lente de analista de discurso, Amaral (2022) tenta ultrapassar as barreiras que dificultam o conhecimento devido aos efeitos ilusórios que a realidade produz. Isso porque é próprio desta sociedade produzir efeitos ilusórios com objetivos de controle e manutenção do seu *status quo* a partir de metáforas que, pela própria contradição, aproximam e distanciam os homens da real condição da sua existência, a exemplo de propostas sociais, políticas e econômicas que produzem a ilusão de grandeza. É por meio desse jogo ideológico, que produz efeito de “verdade” e de “realidade”, que acontece o movimento que conduziu a captura do sujeito na modernidade e produziu dois efeitos simultâneos e indissociáveis: o convencimento e o desolamento.

Se o sujeito é convencido de sua “liberdade” para se reconhecer como “homem que trabalha” para um projeto societário, crendo ser por ele beneficiado, também se desola quando se vê abandonado pelo mesmo projeto ao qual foi submetido, imposto por interesses que lhes são alheios. (AMARAL, 2022, p. 61).

Amaral (2022) afirma que estamos diante de um projeto de sociedade capitalista descumpridor de suas promessas, que conduz o sujeito desamparado na sociedade que o capturou e o moldou, de modo que “essa ‘moldura’, traçada por meio do discurso, é a forma concreta da operação ideológica na sociedade” (AMARAL, 2022, p. 65). A autora (idem, ibidem, p. 66) complementa que, nesse projeto civilizatório, “o homem se esforça para alcançar a felicidade e se afastar do sofrimento

que lhe é imposto [...]. Mas a mesma sociedade que aprisiona o sujeito e decreta a culpabilidade da sua condição também o faz acreditar que sua libertação depende de suas ações individuais”.

Nessa linha, Amaral observa¹⁰⁹ que a culpa individual declarada é transformada em sentimentos coletivos, visto que a pressão da sociedade sobre o indivíduo, responsabilizando-o pelas suas decisões e tomadas de posição, gera sofrimento. Tal culpabilidade decorre da frustração dos homens em relação à promessa da modernidade de que a libertação humana se daria por meio de “valores e ideais propagados, fundamentalmente, em uma formação discursiva em que são produzidos discursos intrincados na formação ideológica do capital em confronto com a formação ideológica do trabalho” (AMARAL, 2022, pp. 66-67). Disso, concordamos com Amaral de que a “subjetividade é, certamente, o tema central da modernidade”.

Amaral acrescenta, ainda, na linha dos estudos de Rouanet (*Mal-Estar na Modernidade*, 1993), que esse jogo imbricado de discursos, que sustenta o discurso da modernidade, é posto por três tendências filosóficas decorrentes do projeto iluminista: o racionalismo, o individualismo e o universalismo. São discursos que se ressignificam e se atualizam no processo de produção e reprodução da vida moderna transformada, cotidianamente, pelo capitalismo. Na evolução do projeto civilizatório da modernidade, o discurso do racionalismo é ressignificado pelo discurso do mercado.

[...] o mercado é um dos mais significativos sistemas de racionalidade [...] que serve e se consolida com a promessa de atender aos propósitos do projeto moderno de intervir na natureza e colocá-la a serviço das necessidades materiais dos homens. Além disso, a ideologia de mercado se encarrega de implantar um “sistema de referência comum” para os indivíduos, instituindo uma forma de representação de liberdade configurada pelo direito à competitividade: todos livres e iguais para concorrerem e se estabelecerem como sujeitos bem-sucedidos, pessoal e profissionalmente [...]. A liberdade prometida é reprimida e, em seu lugar, emerge uma grande descrença com relação aos benefícios que a sociedade capitalista prometeu. (AMARAL, 2022, p. 67).

Somada à atualização do discurso do racionalismo, a autora descreve que, do discurso do individualismo, atualmente propaga-se o paradoxo de que o sujeito

¹⁰⁹ A autora discorre sobre a posição do sujeito no projeto societário da modernidade, a partir do que tratou Freud em o *Mal-estar na Civilização* (1930), quando se ocupou de pensar sobre o “projeto civilizatório”.

precisa ter a sua individualidade elevada ante um discurso de coletividade que enaltece a força de grupos, comunidades e territórios; e a ressignificação do discurso do universalismo se encarrega de dar o suporte para a “extensão” e a “abrangência” do projeto civilizatório. Essa atualização/ressignificação de discursos do projeto de modernidade produz evidências de liberdade que tratam o homem como sujeito livre e que têm ações efetivas e afetivas que o aprisionam na condição de objeto. Ou seja, a ideologia de mercado que controla o mundo capitalista projeta na atualidade a combinação de antigos ideais de liberdade (AMARAL, 2022). Nesse movimento de incorporar o já dito sobre liberdade e representá-lo de forma diferente, Orlandi (2015, p. 52) explica que

[...] o interdiscurso - a memória discursiva - sustenta o dizer em uma estratificação de formulações já feitas, mas esquecidas e que vão construindo uma história de sentidos. É sobre essa memória, de que não detemos o controle, que nossos sentidos se constroem, dando-nos a impressão de sabermos do que estamos falando. Como sabemos, aí se forma a ilusão de que somos a origem do que dizemos. Resta acentuar o fato de que este apagamento é necessário para que o sujeito estabeleça um lugar possível no movimento de identidade e de sentidos: eles não retomam apenas, eles se projetam em outros sentidos, constituindo outras possibilidades dos sujeitos se subjetivarem.

Nesse sentido, Amaral (2022) afirma que é possível entender, ademais, que o discurso do mercado propaga a condição de autonomia e independência do indivíduo interpelado como sujeito, destacando o atributo de “ser empreendedor” concebido como natural, nascido como tal e com marcas inatas. Essas ilusões de liberdade de escolhas e de decisões para empreender, simulando evidências de poder do sujeito pelo fato de ser “dono do seu negócio e da sua vida”, controlam e sustentam o trabalhador no lugar que lhe foi designado neste projeto de sociedade moderna: ser força de trabalho, que se autoexplora para tirar seu próprio lucro. Empreendedor, “trabalhador por conta própria”, empresário de si, sujeito-empresa, “eupresa” são designações que colocam o sujeito na posição que lhe é concedida, simulando ser o lugar da sua escolha.

Porém, como antes se afirmou, o discurso tanto é veneno como pode ser uma arma, ou cura, para a liberdade do sujeito. A razão para tal se explica no fato de que os corpos desse sujeito empresarial podem se encontrar na discursividade dos afetos na perspectiva de mudança ou de transformação da realidade, e não apenas serem

explorados pelo projeto capitalista. Isto significa a passagem do estar afetado por uma condição desumana e ressignificar tal situação a partir do restabelecimento da sua humanidade por meio da relação (ou combinação) de afetos, a citar, desamparo-empatia.

Isso porque a condição humana é visível no desamparo dos trabalhadores e pode ser restaurada na resiliência de retomar com empatia, com a ajuda mútua aos desamparados, a exemplo dos motoristas de aplicativos, que vivem a servidão do regime de “plataformização” do trabalho e buscam a emancipação com a criação de uma plataforma construída e gerenciada pelos próprios motoristas. Deste modo, o sujeito do afeto pode sentir e interpretar o mundo em busca de emancipação, porque o afeto é um indicador de participação social e alvo de ação.

Esse caminho para emancipação, segundo Saposati (2002), vem da certeza de que o conhecimento precisa ser absorvido no senso comum da sociedade para que produza um novo salto civilizatório: “É este um caminho difícil e heterogêneo” (SAPOSATI, 2002, p. 12), porque envolve a construção de vínculos com a política e com os afetos, para que, então, o saber se transforme em alteração do mundo, da vida e dos sujeitos na construção da verdadeira liberdade para a construção de subjetividades capazes e desejosas de percorrer novos caminhos.

A autora afirma, ainda, que o primeiro passo a tomar é o da perspectiva de uma *cultura emancipatória*, conforme posto por Boaventura Souza Santos (2000)¹¹⁰. No entanto, é preciso coragem para entender e colocar a nossa força na direção da emancipação, principalmente na sociedade de mercado. E, mais uma vez, ressalta-se que os pontos a serem fortalecidos para esse novo paradigma estão em imergir na servidão para emergir na liberdade, ou seja, em “entender o impacto da exclusão do ponto de vista do sujeito, porque é este sofrimento da exclusão que o movimenta no sentido de alterar ou não essa situação” (SAPOSATI, 2002, p. 25). É desta maneira, portanto, que as palavras têm um papel importantíssimo: o de serem o motor de mudanças/transformações.

[...] a cultura emancipatória supõe novas formas de conhecimento efetivamente fundadas na *solidariedade coletiva*. É preciso ter uma *novíssima retórica*. As palavras traduzem o modo pelo qual se analisa a realidade. Elas podem conter um sentido inaugural ou serem

¹¹⁰ Saposati discute a partir de Boaventura Souza Santos (2000), mais especificamente do livro *Crítica da razão indolente contra o desperdício da experiência*.

repetitivas. Analisar novas relações supõe produzir novos conceitos, novas palavras que inaugurem um novo modo de ser e viver. (SAPOSATI, 2002, p. 26, grifos do autor).

É preciso deslocar as palavras do seu sentido institucionalizado para um sentido paralelo. Isto significa entender que o discurso do mercado busca convencer o sujeito de que o paradigma da modernidade contém em si a emancipação social, por meio da “liberdade de escolha de mercado”, da “possibilidade de oportunidades”, do “contrato” – símbolos da “emancipação”. Mas, no sentido paralelo, temos um movimento inaugural que abala o conceito tradicional e cria determinadas relações que transitam para um outro espaço de sentidos para “liberdade”: “Ao desterritorializar a concepção, é gerada uma nova concepção e uma nova apreensão que vai nos possibilitar outra retórica” (SAPOSATI, 2002, p. 26).

Santos (2000) sugere que, para essa transição, deve ser construído um mapa de emancipações, no plural, pois estas acontecem em diferentes espaços, desde o mais íntimo, o doméstico, até o mais político e amplo. Um exemplo disso seriam as propostas como as de cozinhas coletivas e lavanderias coletivas que são tanto formas de emancipação da mulher no ambiente doméstico como gera partilha de obrigações entre o espaço privado e o coletivo.

Outro exemplo dessa construção qualitativa é apresentada por Santos (2000) a partir de alternativas para a produção ecossocialista, que está fundamentada no contraponto entre o paradigma do expansionismo capitalista e o paradigma ecossocialista, na competição entre unidades de produção da primeira ordem e de produção da segunda, na produção democrática de valores de uso sem degradar a natureza, no fomento do setor privado não lucrativo e nos incentivos estatais às novas formas de experimentação social.

As práticas que o autor considera para a alternativa da produção ecossocialista são a pequena agricultura, a agricultura orgânica, as cooperativas autogeridas, as utilidades de produção de utilidade social (Economia Social), as redes de produção comunitárias, as cooperativas de costureiras, as cooperativas de catadores de papel e as novas formas de Estado que permitem a coexistência de modos de produção alternativas, como o Banco do Povo e a incorporação das novas formas de produção em serviços estatais (SANTOS, 2000).

O autor ainda defende um pensamento alternativo mobilizador, visto que a ausência de alternativa é também ausência de teoria crítica. Para isso, ele defende

que o caminho para mudança/transformação está no esforço de dar visibilidade a alternativas, visto que a função do pensamento moderno é perpetuar a sociedade do consenso e da regulação que descredibiliza essas alternativas que lutam por autonomia, qualidade de vida, desenvolvimento humano, equidade, cidadania, democracia e felicidade.

Essa felicidade, dentre as alternativas a que o autor se refere, é entendida como um ato político e que só se é consciente quando se é livre, isto é, quando a consciência resulta de uma decisão interior, autônoma, e não de obediência a um comando ou pressão externa. Sawaia (1999b, p. 105) nomeia de felicidade ético-política a que “é sentida quando se ultrapassa a prática do individualismo e do corporativismo para abrir-se à humanidade”, também chamada de felicidade pública, que “é experienciada apenas pelos que sentem a vitória como conquista da cidadania e da liberdade de si e do outro, e não apenas de bens materiais circunscritos” (idem). No entanto, não há como transformar sem promover mudança afetiva.

Como nos lembra Sawaia (2006), a afetividade apresenta uma proposta de aprendizado a partir da observação atenta dos medos e alegrias, esperanças ou diluídas nos modelos de sociabilidade, buscando entendê-los em seus processos de interação, seus não ditos e suas redenções. Para isso, cabe a nós penetrar na intimidade das relações afetivas e captar as pessoas de carne e osso – com seus dramas particulares –, que se constroem em relação umas com as outras (SAWAIA, 1997). Pessoas para as quais a operacionalização de seus direitos não se traduziria apenas em renda, pleno emprego ou atividade, mas também, de uma forma contundente e transformadora, no reforço de vínculos relacionais respaldados no afeto de bons encontros.

Numa mesma linha de pensamento em busca de liberdade, Hardt e Negri (2016) também descrevem sobre um programa político contra a miséria, a qual eles designam não só como a falta de riqueza e recursos, mas também “a falta de poder de criar e inovar, de se governar. A miséria é a condição de estar separado daquilo que se pode fazer, daquilo em que é possível se transformar” (HARDT, NEGRI, 2016, p. 470).

O programa é composto de três plataformas que os autores defendem que são exigências justas e razoáveis a serem endereçadas aos poderes dominantes de hoje: garantir que todos tenham os meios básicos de vida e saúde; criar condições para que nos encontremos numa relação de igualdade, com o conhecimento e as capacidades

necessários para interagir socialmente; e proporcionar a todos livre acesso ao bem-estar comum acumulado que serve de base para nossos encontros e é por eles enriquecido (HARDT, NEGRI, 2016).

Mas infelizmente os poderes dominantes de hoje não têm a intenção de atender sequer a essas exigências básicas. Frente a essa arrogância do poder, a reação mais adequada, em vez de lamentar nossa infeliz condição e mergulhar na melancolia, é o riso. O riso, vejam só, é uma coisa muito séria. Não é um consolo para nossas fraquezas, mas uma expressão de alegria, um sinal do nosso poder. “Não pensem que é preciso ser triste para ser um militante”, lembra-nos Michel Foucault, “mesmo que o combate seja abominável. É a conexão do desejo com a realidade (e não seu recuo para as formas de representação) que contém força revolucionária.” O processo de instituição da felicidade será constantemente acompanhado pelo riso. (HARDT, NEGRI, 2016, pp. 472-473).

A erradicação do apego do sujeito à identidade na *forma empresa* e, de maneira geral, às condições de servidão impostas pela modernidade será, segundo Hardt e Negri (2016, p. 474) “extraordinariamente dolorosa, mas ainda assim, rimos”. Isso porque, nas lutas contra a exploração capitalista, o domínio da propriedade e as instituições que corrompem a ideia de comum, como a empresa, “nossas lágrimas não terão fim, mas ainda assim, rimos” (idem), como forma de resistência.

No entendimento de Hardt e Negri (2016), esse riso acompanha a crítica aos poderes dominantes e é também um riso de criação e de alegria, solidamente plantado no presente, no qual é possível produzir novas formas de pensar e agir para a libertação em face da subordinação de identidades, através de processos monstruosos de autotransformação. Somado a isso, Saposati (2002) acrescenta que, se não incorporarmos a dimensão da felicidade como lugar desejado e a emancipação desejada, não se atinge uma perspectiva maior que alcance e inclua a potencialidade do humano.

Podemos dizer que a nossa grande possibilidade e, nela, a da felicidade, é conseguirmos expandir nossas potencialidades, fazendo com que elas saiam do lugar escondido para cena. Pode parecer muito pesada essa afirmação, todavia, afirmo que a presença da exclusão em nossa sociedade é uma forma de praticar o homicídio de potências. Por isso, ampliar a responsabilidade social com o inconformismo e com a emancipação é uma das vertentes necessárias à sociedade justa e igualitária. (SAPOSATI, 2002, p. 26).

Desafortunadamente, é preciso reconhecer, como Santos (2000, p. 329), que “a emancipação social é uma aspiração tão óbvia quanto iverossímil” quando se trata de uma proposta de mudança/transformação dentro da própria sociedade capitalista. Ora, sem um processo de reinvenção e reconstrução social, os novos discursos e os novos afetos, em suas vias alternativas, funcionam apenas como remédios e não como a cura para o “envenenamento” da sociedade moderna. Isso significa que, por mais que os sujeitos se unam em prol de levar mais alegria uns aos outros, no sentido spinozano do termo, o sofrimento do trabalhador continua, pois permanecem as formas perversas do capitalismo.

Em outros termos, por mais que a empatia, a generosidade e o amor (como exemplos de afetos alegres) se façam presentes em iniciativas que apontem sobre formas de conquistar o mínimo de dignidade na sociedade de mercado (a exemplo de cursos voluntários de produção de artesanato cujos produtos surgem como possibilidade para uma fonte de renda para desempregados, desalentados), esses mesmos sujeitos que encontraram essa via alternativa logo sentirão no corpo e na mente a forma perversa como o capital se apropria daquele que entra na lógica do mercado. Há uma ilusão de felicidade pelo aprendizado de criar algo e ser financeiramente recompensado por isso, conquistando seu próprio dinheiro; porém, há, de igual modo, uma real infelicidade de “vender a alma” para que tal aconteça, de retirar de si mesmo a mais-valia que o capital invariavelmente impõe sobre os corpos que trabalham.

Sendo assim, se todo afeto é passagem para servir ou para libertar, tanto o sujeito se acomoda como sofrido ou se ilude como liberto, uma vez que a “vantagem” dos sujeitos “resilientes”, ou melhor, dos sujeitos “acomodados e iludidos” pelo discurso da modernidade, reside no fato de terem uma menor tendência para sofrer problemas inerentes ao capitalismo, como a depressão, o estresse, o *burnout*, o sentimento de inferioridade. Se a servidão por nós já é bastante conhecida, essa falsa liberdade traz um segundo sofrimento: o de que o sentido de liberdade que a modernidade preconiza não ocorre para todos e, perversamente, a legitimidade desse paradigma se reproduz no imaginário, independentemente da qualidade de seus desempenhos práticos.

Então, como salvar o sujeito? Como salvar o trabalhador do drama que está justamente na outra face da modernidade, amedrontada pela possibilidade de o “sujeito liberto” tentar ressignificar o “sujeito sofrido” que ela criou? O que se vê deste

conflito da modernidade contra ela mesma é “a perseguição do sujeito em nome de uma liberdade ‘imaginária’, gerada e geradora de equívocos de resistência para alcançar o inalcançável – a liberdade da razão no mundo que a reprime com o ‘fetichismo de felicidade’” (AMARAL, 2022, p. 75).

Supomos que salvar o sujeito dessa condição de assujeitamento só seria viável em outro projeto civilizatório que não o da modernidade, cuja prática falseia a liberdade e agrava a sujeição dos homens aos ideais do capitalismo. Não só o sujeito não foi salvo, como se tornou um sujeito desamparado. (AMARAL, 2022, p.75)

Como nos lembra Safatle (2016), entretanto, mesmo neste desamparo o outro nos concerne. Existe um vínculo, uma implicação necessária com a alteridade que apresenta na afirmação do desamparo a possibilidade de liberdade. Afinal, não saber para onde ir não é motivo para se paralisar, visto que “a política pode ser pensada enquanto prática que permite ao desamparo aparecer como fundamento de produtividade de novas formas sociais” (SAFATLE, 2016, p. 50), e isso acontece “na medida em que impede sua conversão em medo social e que nos abre para acontecimentos que não sabemos ainda como experimentar” (idem, ibidem).

O desamparo a que Safatle se refere como o afeto que nos abre para os vínculos sociais, não pode nem deve ser o afeto central do ato político. Isso porque, quando Spinoza questiona o que podem os afetos, encontramos na alegria e no amor os únicos afetos capazes de enfrentar os afetos tristes e impotentes. Nesse sentido, o desamparo é o ponto de partida, uma constatação para a qual devemos estar à altura, para a qual deve-se estar preparado e na qual deve-se buscar aliados, encontrar linhas de fuga para o que deve se recompor pela alegria da luta e do amor que resiste.

O afeto do amor foi de tal maneira sobrecarregado de sentimentalismo que dificilmente parece adequado no discurso filosófico, muito menos no político. Hardt e Negri (2016), no entanto, pensam que “o amor é um conceito essencial para a filosofia e a política, e o fato de não ser questionado e desenvolvido é uma causa central da debilidade do pensamento contemporâneo” (2016, p. 230).

Para entender o amor como conceito filosófico e político, será útil começar da perspectiva dos pobres e das inúmeras formas de solidariedade social e produção social que por toda parte reconhecemos entre aqueles que vivem na pobreza [...]. Nosso ponto

de partida, assim, que a perspectiva dos pobres ajuda a revelar, é que o amor é um processo da produção do comum e da produção de subjetividade. Este processo não é meramente um meio de produção de bens materiais e outras necessidades, mas também um fim em si mesmo. (HARDT, NEGRI, 2016, p. 231).

O que os autores defendem pode ser identificado na pesquisa “Pandemia na Favela – a realidade de 14 milhões de favelados no combate ao novo coronavírus” (2020)¹¹¹, que entrevistou 3.321 moradores de favelas de todos os estados brasileiros. De acordo com a reportagem “Pesquisa mostra que solidariedade é maior entre moradores de favelas”¹¹², publicada pelo portal Agência Brasil em 2020, enquanto 49% dos brasileiros fizeram algum tipo de doação durante a pandemia do novo coronavírus, esse índice atingiu 63% nas favelas do país. Em entrevista ao site, o fundador e presidente do Instituto Locomotiva e fundador do Data Favela, Renato Meirelles, destacou que “a pandemia está deixando claro que o asfalto tem muito a aprender com a favela”.

Ainda na reportagem da Agência Brasil, o diretor executivo da Favela Holding, fundador da Cufa e do Data Favela, Celso Athayde disse que “quem vive em favela sabe que a solidariedade é uma marca muito forte. É uma característica sólida por causa das necessidades daqueles territórios”. Nesses territórios, a solidariedade está presente na ajuda mútua entre os vizinhos, que tomam conta dos filhos de outras pessoas enquanto os pais saem para trabalhar; e, dentre outras formas, na divisão da cesta básica com quem não tem nada para comer.

Esses dizeres tornam atual e inteiramente prático o pensamento que Spinoza (2016) apresenta na *Ética*. Para o filósofo, o amor é alegria, ou seja, o aumento do nosso poder de agir e pensar, aliado ao reconhecimento de uma causa externa. Através do amor, constituímos uma relação com essa causa e procuramos repetir e expandir nossa alegria, formando novos e mais poderosos corpos e mentes. Spinoza fala, então, de solidariedade e apresenta o amor como um afeto baseado no encontro da alteridade, mas também num processo de tornar-se diferente.

¹¹¹ Pesquisa realizada pelo Data Favela, parceria do Instituto Locomotiva, da Central Única das Favelas (Cufa) e da Favela Holding.

¹¹² GANDRA, Alana. Pesquisa mostra que solidariedade é maior entre moradores de favelas. Agência Brasil, Brasília, 26 de jun. 2020. Disponível em: <

O amor [...] deveria ser definido pelos encontros e a experimentação de singularidades no comum, que por sua vez produzem um novo comum e novas singularidades. Enquanto no contexto ontológico caracterizamos o processo de amor como constituição, aqui, num contexto político, devemos enfatizar seu poder de composição. O amor compõe singularidades, como temas numa partitura musical, não na unidade, mas como uma rede de relações sociais. (HARDT, NEGRI, 2016, p. 236).

Se Hardt e Negri identificam o amor com a produção do comum, reconhecem também que o amor é suscetível à corrupção: “O lugar primordial dessa corrupção é a mudança, no amor, do comum para o igual, ou seja, da produção do comum para uma repetição do mesmo ou um processo de unificação” (HARDT, NEGRI, 2016, p. 233). Os autores descrevem como “amor identitário” uma forma corrompida de amor em que o afeto se faz presente no mesmo, nos mais próximos, nos mais parecidos. Diante disso, “o amor do estranho, o amor do mais distante e o amor da alteridade podem funcionar como antídoto ao veneno do amor identitário, que compromete e distorce a produtividade do amor forçando-o a repetir constantemente o mesmo” (HARDT, NEGRI, 2016, p. 235).

Outra forma de amor corrompido postula o amor como um processo de unificação, de tornar-se o mesmo. Esta segunda corrupção do amor como unificação está na verdade intimamente relacionada à primeira corrupção identitária do amor: o amor do mesmo, o amor fazendo o mesmo (HARDT, NEGRI, 2016). Na linha de pensamento dos autores, observa-se que o amor é baseado no encontro da alteridade e também num processo de tornar-se diferente. Mas, mesmo com o entendimento de que o amor, enquanto afeto alegre e que nos liberta, não tem lugar no terreno das trocas econômicas, também se sabe que o mercado se apropria desse mesmo amor, de forma corrompida e enquanto afeto triste e que nos mantém em servidão.

Portanto, o processo de autotransformação que o sujeito passa para se adequar ao projeto de modernidade (medo, ansiedade, inveja, desamparo, ódio etc.) ou para buscar possibilidades de mudança/transformação (alegria, empatia, generosidade, amor etc.) dessa realidade metamorfoseia também os afetos e efeitos de sentidos de liberdade que circulam no corpo social. Como resultado desse movimento para servir ou para se libertar, ora o sujeito se sente ilusoriamente convencido de que é livre, dono do seu próprio negócio e de sua vida, ora se sente

abandonado pelo projeto de modernidade, construído com base no efeito ilusório de liberdade.

Esse movimento entre-dois (servidão e liberdade), pelo qual o próprio texto se construiu, representa também o ir e vir entre as formas de dominação e resistência presentes na sociedade moderna e expressas na linguagem. Por essa razão, esta pesquisa entende, como Orlandi (2015, p. 50), que “a condição da linguagem é a incompletude” e, por isso, sujeitos e sentidos não estão completos: eles se constituem na relação e na falta, que é também o lugar do possível; na repetição e no deslocamento; nos sentidos que poderiam ser os mesmos, mas que deslizam para outros sentidos.

Em termos teóricos, isso significa que trabalhamos continuamente a articulação entre estrutura e acontecimento: nem o exatamente fixado, nem a liberdade em ato. Sujeitos, ao mesmo tempo, à língua e à história, ao estabilizado e ao irrealizado, os homens e os sentidos fazem seus percursos, mantêm a linha, se detêm junto às margens, ultrapassam limites, transbordam, refluem. (ORLANDI, 2015, p. 51).

Nesse espaço aberto de significação, o processo de gestos de interpretação pode ser também administrado. Sendo assim, “ainda que todo sentido se filie a uma rede de constituição, ele pode ser um deslocamento nessa rede” (ORLANDI, 2015, p. 52) e ainda que se abram espaços de resistência (pelo discurso alternativo e pelas práticas de emancipação), muitas vezes, esses mesmos espaços conquistados serão (re)tomados pela dominação. Como enunciado por Pêcheux (2014a, p. 281),

não há dominância sem resistência: primeiro prático da luta de classes, que significa que é preciso “ousar se revoltar”. Ninguém pode pensar do lugar de quem quer que seja: primado prático do inconsciente, que significa que é preciso suportar o que venha a ser pensado, isto é, é preciso “ousar pensar por si mesmo”.

Por fim, sempre fica uma questão, sobre a qual esta pesquisa de doutoramento buscou se apoiar em Orlandi (2012) para refletir: as formas de resistência que atingem a posição sujeito-empresa são capazes de abalar a forma-sujeito histórica capitalista? A autora afirma que “nas formas atuais de assujeitamento do capitalismo, há um resto, nas relações dissimétricas, que produz a resistência” (ORLANDI, 2012, p. 234) e nos aponta caminhos: a resistência acontece “na divergência desarrazoada, de sujeitos que teimam em (r)existir” (idem); pensa-se a liberdade de uma maneira nova. Afinal,

pensando a luta de cada um (enquanto ser singular), pensa-se nas possibilidades de mudança e/ou transformação da realidade como a causa que precisa ser de todos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS - OS CORPOS SE ENCONTRAM PELA PALAVRA PARA A TRANSFORMAÇÃO

Só quem experimenta no próprio corpo a experiência de ser operário é que pode entender as dores do seu corpo e as angústias de sua alma.

Carlos Piovezani

O que pode a pesquisa? Começar a escrever sobre o fim de um estudo significa encontrar mais perguntas do que respostas. Dentre elas, ao final de uma tese de doutorado, pergunta-se: O que fica para os leitores? Não se trata de olhar para essa questão sob a dimensão finita ou sob o planejamento de um trabalho com um término temporalmente delimitado. Mais do que isso, o desenlace dessa investigação sobre o lugar do afeto no discurso do empreendedorismo destaca a capacidade provocativa de um projeto em semear ideias, conceitos, visões multiplicadoras de elementos para pensar um novo paradigma em defesa da vida do sujeito/trabalhador. Por isso, esta tese é um projeto político.

A provocação foi também um elemento que motivou o início desta pesquisa a investigar sobre as inquietações que tocaram o sujeito pesquisador (e, por que não dizer, também sujeito consumidor, sujeito trabalhador e sujeito empreendedor) e cujo interesse cresceu à medida que aconteciam os encontros com pensadores, os quais foram incorporados nestes escritos e em cuja defesa me somo para, então, afirmar: o *bom-encontro* entre os sujeitos é mediado pela linguagem que, atravessada pelos afetos e pelos desejos alegres, abrem novos caminhos para pensar a possibilidade de mudança e/ou transformação da realidade. Esse é o recurso expressivo que a metáfora que intitula estas considerações finais aponta.

De fato, o resultado de uma pesquisa pode provocar um incremento nessa direção do real. A inquietação que se coloca sobre o que será feito com o resultado do projeto inspirou para que sua construção, desde o início, fosse verdadeiramente pensada sob a vertente do impacto do conhecimento voltado para a continuidade, para o processo que poderá desencadear na sociedade. Caso os leitores entendam que essa discussão sobre o empreendedorismo constrói um conhecimento para a mudança e/ou transformação, não estamos simplesmente construindo conceitos, mas discutindo uma nova ética, uma *cultura emancipatória*.

O percurso da pesquisa acionou o pensamento para aspirar um caminho construído pela união de corpos singulares que buscam o bem comum. Um caminho entre o conhecimento e a afetividade, que se mostrou um meio possível de se fazer o uso inteiramente prático do pensamento de Spinoza, de modo que conhecer melhor a relação do sujeito com o mundo transparece a chance de escolha de ser ativo na geração dos afetos e alimenta a potência para ser e agir em prol do interesse da sociedade entendida pelo seu *conjunto de singularidades*. Afinal, como disse Paul Beatriz Preciado “falamos uma outra linguagem [...]. Eles dizem poder. Nós dizemos potência”.

Ao pensar o lugar do afeto no discurso do empreendedorismo, identificamos o diálogo possível e necessário entre a Teoria dos Afetos em Spinoza e a Análise de Discurso em Pêcheux. Em vez de ver nessa interlocução uma confusão desagradável, foi possível observar pontos de contato que convém para responder às inquietações do objeto de pesquisa que encontram, na particularidade do discurso, a categoria de mediação para pensar a singularidade dos afetos diante da universalidade na qual a relação entre o sujeito e a sociedade moderna se estabelece.

Nesse percurso analítico, chegamos à conclusão de que todo sujeito é empreendedor, porque, ao estar inserido na sociedade de mercado, ele é inevitavelmente afetado pelo discurso do empreendedorismo, ao ser interpelado pela ideologia do *capital* para se tornar “empresa”. O ato de nomear o trabalhador como sujeito-empresa dá a quem assim o nomeou o direito de julgá-lo e de lhe retirar a vida. A despeito dessa metamorfose, a separação do privilégio dos que nomeiam e a precariedade dos nomeados se estende às diferenças atribuídas às posses e às propriedades.

Observamos, ainda, que o lugar de fala do sujeito trabalhador é apropriado pelo sujeito empresarial, cujos traços identitários indicam a pertença à classe trabalhadora, mas cuja posição ideológica é de empresário (patrão), porque foram os próprios trabalhadores cooptados por seus opressores e/ou porque identificados com hábitos, valores e ideias dos que lhe são dominantes. Em razão disso, defendemos que o sujeito-empresa é uma posição no discurso do empreendedorismo, pois o sujeito pensa, ilusoriamente, ser “feliz” como empresário/empreendedor, enquanto sofre na sua real condição de trabalhador.

Com base na premissa do “eu sendo meu empregado, eu mando em mim”, o discurso do mercado convoca o trabalhador a enunciar como

empresário/empreendedor, com a promessa de que ele será “livre” enquanto dono do seu próprio negócio. Ao fim, percebe-se que o trabalho assalariado se deslocou de uma posição para outra: dos direitos trabalhistas da CLT para a precarização do trabalho dos microempreendedores individuais (MEI). Mudou-se de patrão para que o sujeito empresarial (que ocupa a posição de patrão e empregado) extraia da sua própria produção a mais-valia para pagar o seu próprio salário. É desta maneira que o empreendedorismo se apresenta como uma nova forma de perpetuar o *capital*.

As análises das *sequências discursivas* possibilitam identificar que, na sociedade empresarial, os afetos são mobilizados para forjar consensos e conflitos e, assim, serem constituídas e reforçadas as dominações de uns e as servidões de muitos. Nesse circuito de afetos negativos que interpelam o sujeito em “empresa”, percebeu-se que o sujeito reproduz o discurso do mercado no ato de se esforçar para alcançar a felicidade com o empreendedorismo e se afastar do sofrimento que lhe é imposto enquanto trabalhador.

Ao trilhar esse caminho que o paradigma da modernidade defende conter em si a emancipação social, os sujeitos lutam por sua servidão como se fosse por sua liberdade. Por este motivo, foi possível apreender que o argumento que se baseia nas emoções tem um papel essencial para que cada sujeito incuta o medo, a ansiedade e outros afetos tristes que o acometem *no outro* – o que anunciamos como *espiral discursiva* –, assim o fazendo tendo como base a concorrência que institui a sociedade de mercado.

No entanto, também se observou que essa servidão afetiva pode ser eliminada e enfraquecida, quando outros afetos e discursos, que promovem a possibilidade de mudança e/ou transformação da realidade, passam a ser constituídos. Nesse sentido, o discurso dos afetos que se mostrou como “veneno” pode também ser a “cura” para a forma perversa como o *capital* acomete a mente e o corpo do trabalhador que se descamba pelo sofrimento enquanto busca sua felicidade.

Ao mesmo tempo em que o discurso dos afetos possibilitou caminhos em busca da liberdade, esses mesmos caminhos logo são (re)tomados pelo discurso do mercado porque, de fato, uma mudança e/ou transformação apenas seria viável em outro projeto civilizatório que não o da modernidade. Desse modo, o que encontramos como resultado da pesquisa foi que esses novos caminhos, apresentados pelo discurso dos afetos e que se abrem como alternativa para o sujeito, funcionam apenas como “remédios” quando pensados dentro da lógica do capital.

Neste fim de percurso, retomo a narrativa pessoal de experiência com o empreendedorismo feminino, apresentada na introdução desta pesquisa como uma justificativa para o estudo, para, então, pensar: como seria viver sem a ilusão? A pergunta surge em meio às manifestações discursivas e afetivas das empreendedoras: a experiência de escutar as mulheres de negócios me levou a perceber que, em meio à tristeza pelo desolamento do projeto de modernidade ao qual foram submetidas e por meio do qual se veem abandonadas, há também pequenas “alegrias” pelo convencimento de sua “liberdade”, ao serem reconhecidas como “mulheres que trabalham” para um projeto societário, crendo ser por ele beneficiadas.

Essa ilusão que acomete o sujeito é justamente a ideologia, que nos interpela, recruta-nos e nos captura para que tenhamos essa falsa sensação de liberdade. Estamos o tempo inteiro sujeitados aos interesses da sociedade moderna em que vivemos. Pensar sobre essa questão nos ajuda a refletir sobre quais ilusões nós precisamos para não olhar diretamente para o real, o qual nos deparamos a todo momento. Como diz Pêcheux (2015, p. 29), “não descobrimos, pois, o real: a gente se depara com ele, dá de encontro com ele, o encontra”. Mas, se olharmos com a lente da Análise de Discurso para pensar o funcionamento da liberdade e como nós não a temos, *o que será que será?*

Com a canção de Chico Buarque, deixo mais um final “em aberto”, como também apresento uma proposta de continuidade desse projeto político: pensar o corpo do outro como um território afetivo. Afinal, se pensarmos o corpo como destino dos nossos desejos ou apenas um lugar para satisfazer desejos, ele também nos vale como filtro, sendo capaz de examinar o que se passa dentro de nós de modo inconsciente. Não há mentiras diante do corpo. Ele é capaz de mudar desejos, afetos e destinos. O corpo do outro é um lugar de reconhecimento do nosso próprio corpo e da nossa própria existência.

Os afetos podem ser capazes de destinar coisas muito boas, do mesmo modo que as muito ruins, como a raiva, o ódio e o preconceito que aí estão. O corpo pode ser símbolo narcísico; pode ser ostentado e invejado. Pode ter valor e pode ser uma ameaça. O corpo não parece ter mudado, ou talvez até o tenha; o que não mudou, de fato, é o desejo, que continua a duelar quando dois corpos se encontram.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Maria Virgínia Borges. **Discurso e relações de trabalho**. 2. ed. Maceió: Edufal, 2016.

AMARAL, Maria Virgínia Borges. Contraidentificação do sujeito/trabalhador na modernidade. In: GUIMARÃES, Gleny Terezinha Duro; LEANDRO-FERREIRA, Maria Cristina; PAULA, Marlúbia Corrêa de (org.). **Teorias da Análise do Discurso**: contribuições de Michel Pêcheux e Teun van Dijk à pesquisa social. Alexa Cultural: São Paulo/Edua: Manaus, 2022.

AMARAL, Maria Virgínia Borges. Medidas trabalhistas na pandemia da Covid-19 e o efeito de desmantelamento da classe trabalhadora. In: BARRETTO, Elvira Simões; TORRES, Maria Adriana; AMARAL, Maria Virgínia Borges (org.). **Crises da sociedade contemporânea agravada pela covid-19**: cenários e perspectivas. Maceió: Edufal, 2021.

AMARAL, Maria Virgínia Borges. **O avesso do discurso**: análise de práticas discursivas no campo do trabalho. Maceió: Edufal, 2007.

AMARAL, Maria Virgínia Borges. O Marxismo inconcluso da Análise do Discurso: um legado de Michel Pêcheux. **Signo y Señá** – Revista del Instituto de Lingüística, Buenos Aires, n. 24, p. 105-121, dez. 2013.

AMOSSY, Ruth. Argumentação e Análise do Discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. Tradução: Eduardo Lopes Piris e Moisés Olímpio Ferreira. **EID&A** - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, Ilhéus, n.1, p. 129-144, nov. 2011. Disponível em: <<http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/389/395>>. Acesso em: 2 dez. 2021.

AMOSSY, Ruth. **A argumentação no discurso**. Coordenação de tradução: Eduardo Lopes Piris e Moisés Olímpio-Ferreira. Tradução: Ângela M. S. Corrêa et al. 1.ed. São Paulo: Contexto, 2018.

ARENDT, Hannah. **A vida do espírito**. 4.ed. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução: Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. 1.ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

BALLESTRIN, L. América Latina e o giro decolonial. **Revista Brasileira de Ciência Política**, [S. l.], n. 11, p. 89–117, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/2069>>. Acesso em: 30 mar. 2022.

BARBOSA SILVA, Samuel. **O discurso sobre a regulamentação do trabalho doméstico assalariado no Brasil: atravessamentos de classe, gênero e raça**. Tese (Doutorado em Linguística) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Alagoas. Maceió, p. 308. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 3.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2012.

BENNETT, Jonathan. Metafísica de Spinoza. In: GARRETT, Don. (Org.). **Spinoza**. Aparecida: Ideias & Letras, 2011.

BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp128.htm>. Acesso em 17 jun 2021.

CABETTE FÁBIO, André. Curso a distância, encontros virtuais: a quarentena tem que ser produtiva? In: UOL TAB. São Paulo, 26 abr. 2020. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/04/26/curso-a-distancia-encontros-virtuais-a-quarentena-tem-que-ser-produtiva.amp.htm>>. Acesso em: 03 ago. 2020.

CAIAFFO, Stéfani *et al.* Da multidão-massa à multidão potência: contribuições ao estudo da multidão para a Psicologia Social. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 59, n. 1, 2007, p.27-37.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CÂNDIDO, Danielle; AMARAL, Maria Virgínia Borges. Consumir e ser consumido: uma análise discursiva das novas exigências da vida online. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n.21, v.3, 2021, p. 134-154. Disponível em: <<http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/3257/2220>>. Acesso em: 12 mar. 2022.

CÂNDIDO, Danielle. **Medo e suas vias de consumo**. 1.ed. Curitiba: Appris, 2017a.

CÂNDIDO, Danielle; BARBOSA SILVA, Samuel. O discurso da educação empreendedora e o efeito de metamorfose do sujeito em “empresa”. **Leitura, [S. l.]**, n. 72, p. 78–94, 2022. DOI: 10.28998/2317-9945.2022v1n72p78-94. Disponível em: <<https://www.seer.ufal.br/index.php/revistaleitura/article/view/13213>>. Acesso em: 2 maio. 2022.

CÂNDIDO, Danielle. Vade Retro: a questão religiosa no discurso do porta-voz do capital (Abel Zebul). In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba. **Anais**. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017b. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0547-2.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2022.

CARDOSO, Ana Cláudia Moreira. **Tempos de trabalho, tempos de não trabalho: vivências cotidianas de trabalhadores**. 2007. 354 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

CARRASCOZA, João Anzanello. Razão e sensibilidade no texto publicitário. 1.ed. São Paulo: Futura, 2004.

CARRASCOZA, João Anzanello, **Estratégias criativas da publicidade**: consumo e narrativa publicitária. 1.ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

CARTA DE NIETZSCHE A OVERBECK. In: MARTINS, André (Org.). O mais potente dos afetos: Spinoza e Nietzsche. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

CASAQUI, Vander. Estudos da cultura empreendedora no campo da comunicação: macroproposições, narrativas, inspiração. **Galaxia**, São Paulo, n. 37, p. 55-65, jan-abr., 2018.

CASTRO GÓMEZ, Santiago. & GROSGOUEL, Ramón. Prólogo. Giro decolonial, teoría crítica y pensamiento heterárquico. In: **El giro decolonial**: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. (pp. 09-23). Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007.

CHAUÍ, Marilena. **Desejo, paixão e ação na ética de Espinosa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. Tradução de Renato de Mello. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia (Orgs.) **As emoções no discurso**. Vol. II. Campinas: Mercado das Letras, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**: Uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COLAÇO, Thais Luzia. **Novas perspectivas para a antropologia jurídica na América Latina**: o direito e o pensamento decolonial. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2012.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História das emoções**: Do final do século XIX até hoje. V. 3. Tradução de Maria Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2020.

COURTINE, Jean-Jacques. A era da ansiedade: discurso, história e emoções. Tradução: Denise Ribeiro Leppos, Joseane Bittencourt e Carlos Piovezani. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos (ogs.). **(In)subordinações contemporâneas**: consensos e resistências nos discursos. 1.ed. São Carlos: EdUFSCar, 2016a.

COURTINE, Jean-Jacques. A voz do povo: a fala pública, a multidão e as emoções na aurora da era das massas. In: COURTINE, Jean-Jacques; PIOVEZANI, Carlos. **História da fala pública**: uma arqueologia dos poderes do discurso. Petrópolis: Vozes, 2015.

DANTAS, Valná. **Na era das pessoas, comunicar sua marca colocando o consumidor no centro do seu discurso faz toda a diferença**. Maceió. 29 set. 2021. Instagram: @valna.dantas Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CUaOPeQL2PP/>>. Acesso em 30 set. 2021.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. Tradução Mariana Echalar. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Tradução de Peter Pál Pelbart. São Paulo: Editora 34, 1992.

DELEUZE, Gilles. **Cursos sobre Spinoza** (Vincennes, 1978-1981). Tradução para o português Emanuel Angelo da Rocha Fragoso, Francisca Evilene Barbosa de Castro, Hélio Rebello Cardoso Júnior e Jefferson Alves de Aquino. 3. ed. Fortaleza: EdUECE, 2019.

DELEUZE, Gilles. **Espinosa**: filosofia prática. São Paulo: Escuta, 2002.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O anti-Édipo**: capitalismo e esquizofrenia. Tradução de Luiz B. L. Orlandi. São Paulo: 34, 2010.

DOMINGUES, Izabela; MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de ativismo**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018.

DOMINGUES, Izabela. **Publicidade de controle**: consumo, cibernética, vigilância e poder. Porto Alegre: Sulina, 2016.

DORNELE, Elizabeth Fontoura. Análise de discurso e os pontos de encontro tecidos na convergência das teorias. **Analecta** (Guarapuava, Paraná). 2007, v 8, n. 2, pp. 29-36.

ERICSON, Sóstenes. “Desalentadas”: subjetivação em dizeres sobre as mulheres que desistiram de procurar trabalho. **Katál.**, Florianópolis, v. 23, n. 3, p. 707-719, set./dez. 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/katalysis/article/view/1982-02592020v23n3p707/44343>>. Acesso em: 11 abr. 2022.

FERREIRA, António Mega (org). **Fernando Pessoa**: o comércio e a publicidade. 1.ed. Lisboa: Cinevoz; Luzomedia, 1986.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro (coord.). **Glossário de Termos do Discurso**. Porto Alegre: UFRGS, 2001.

FIES - Programa de Financiamento Estudantil. Disponível em: <<http://sisfiesportal.mec.gov.br/index.php?pagina=publicidade>>. Acesso em: 17 jun. 2021.

FONSECA, Rafael Tunes. Pratique as 10 competências empreendedoras. Escola de Formação Gerencial do Sebrae. Disponível em: <<https://efgbh.com.br/pratique-10-competencias-empendedoras/>>. Acesso em 25 jun. 2021.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**. Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

G1. Brasil tem recorde na abertura de novos MEIs e ultrapassa 11 milhões, diz Sebrae. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/01/28/brasil-tem-recorde-na-abertura-de-novos-meis-e-ultrapassa-11-milhoes-diz-sebrae.ghtml>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

G1 AL. **Justiça do Trabalho de Alagoas reconhece vínculo empregatício entre Uber e motorista**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2022/04/06/9a-vara-do-trabalho-de-maceio-reconhece-vinculo-empregaticio-entre-uber-e-motorista.ghtml>>. Acesso em: 12 de abr. 2022.

GABRIELLE, Keyla. **Leia esse texto**: O que as pessoas compam, na verdade? Maceió. 3 set. 2021. Instagram: @keylagabrielleoficial Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CEq6Y3jp0Kw/>>. Acesso em: 9 set. 2021.

GARRETT, Don. (Org.). **Spinoza**. Aparecida: Ideias & Letras, 2011.

GANDRA, Alana. Pesquisa mostra que solidariedade é maior entre moradores de favelas. **Agência Brasil**, Brasília, 26 de jun. 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2020-06/pesquisa-mostra-que-solidariedade-e-maior-entre-moradores-de#:~:text=Para%2076%25%20dos%20entrevistados%2C%20pelo,53%25%20em%20produtos%20de%20limpeza>>. Acesso em 05 de abr. 2022.

GIACOMO, Vincenzo. Sistema obtuso. **ECO/UOL**. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/criolo-quando-se-cresce-puxando-agua-do-poco-sabemos-que-ela-saiu-da-terra-e-nao-de-uma-torneira/#cover>>. Acesso em 15 abr. 2021.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - 2019: relatório executivo. Disponível em: <https://ibqp.org.br/gem/download/?_ga=2.118677257.1437729706.1649343747-835231763.1649343747>. Acesso em: 07 abr. 2022.

GOOGLE TRENDS. Microempreendedor individual. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2008-12-01%202022-02-14&geo=BR&q=Microempreendedor%20individual>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

GOVERNO FEDERAL. Portal do Empreendedor. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>>. Acesso em: 22 jun. 2021.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. Michel Pêcheux e Michel Foucault: diálogos necessariamente intranquilos entre dois pensamentos inquietos. **Anais**. I SEAD, 2003. Seminário de Estudos em Análise do Discurso. Programa de Pós-Graduação em Letras e ao Instituto de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e acontece em Porto Alegre. Disponível em:

<<https://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/1SEAD/Paineis/MariaDoRosarioValenciseGregolin.pdf>>. Acesso em 15 fev. 2022.

GRIGOLETTO, Evandra. Do lugar discursivo à posição-sujeito: os movimentos do sujeito-jornalista no discurso de divulgação científica. In: MITTMANN, Solange; GRIGOLETTO, Evandra; CAZARIN, Ercília Ana; (Orgs.). **Práticas discursivas e identitárias**: sujeito e língua. Porto Alegre: Nova Prova, 2008.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Eptic** - Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, Aracaju, v. 22, n. 1, p. 106-122, jan./abr. 2020.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Tradução: Enio Paulo Giachini. 1.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2015.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Bem-estar comum**. Tradução de Clóvis Marques. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2016.

HENRY, Paul. Os fundamentos teóricos da “análise automática do discurso” de Michel Pêcheux (1969). In: GADET, Françoise; HAK, Tony. (Org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradução Bethania S. Mariani et al. 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014. pp. 11-38.

HERMAN, Dan. **The fear of missing out**. In: The fear of missing out. 2011. Disponível em: <<http://fomofearofmissingout.com/fomo>>. Acesso em: 5 ago. 2020.

ILLOUZ, Eva; ALALUF, Yaara Benger. O capitalismo emocional. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História das emoções**: Do final do século XIX até hoje. V. 3. Tradução de Maria Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2020.

LA BOÉTIE, Étienne de. **Discurso sobre a servidão voluntária**. Versão para eBookLibris, eBooksBrasil, 2006.

LARRÉ, Julia Maria Raposo Gonçalves de Melo. Diálogos Pêcheux-Spinoza: compreendendo alguns conceitos da Análise do Discurso de linha francesa. **Entheoria: Cadernos de Letras e Humanas**, v. 1, p. 1-10, 2014.

LE BON, Gustave. **Psicologia das multidões**. Pensadores. Lisboa: Edições Roger Delraux, 1980.

LENTE. HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p. 1741.

LENOIR, Frédéric. **O poder da alegria**. 1.ed. Rio de Janeiro, Objetiva, 2017.

LUKÁCS, György. **Para uma ontologia do ser social II**. São Paulo: Boitempo, 2013.

MACHADO, Irene. Gêneros discursivos. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin**: conceitos-chave. 5.ed. 2.reimp. São Paulo: Contexto, 2014.

MALDONADO-TORRES, Nelson. A topologia do Ser e a geopolítica do conhecimento. Modernidade, império e colonialidade, **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 80, 2008. Disponível em: <<http://journals.openedition.org/rccs/695>>. Acesso em: 30 mar. 2022.

MARX, Karl. **Grundrisse**. Tradução Nélio Schneider. 1.ed. São Paulo: Boitempo, 2011.

MAGNO, Attila; BARBOSA, Silva. O empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 19, n. 38, p. 121-140, fev. 2011.

MARI JR, Sergio; MICHELAN, Vanessa Silva. O meme como linguagem da inteligência coletiva. **Comunicologia**, v. 12, n. 1, p. 69-87, jan./jun. 2019. Disponível em:<<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/10295/6237>>. Acesso em: 2 dez. 2021.

MARTINS, José de Souza. **Exclusão social e a nova desigualdade**. São Paulo: Paulus, 1997.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Tradução Jesus Ranieri. 1.ed. 2. reimp. São Paulo: Boitempo, 2008.

MARX, Karl. **O Capital**. São Paulo: Nova Cultura, 1996.

MÉSZÁROS, István. Para além do capital: rumo a uma teoria da transição. Trad. de Paulo César Castanheira e Sérgio Lessa. São Paulo: Boitempo, 2002.

MIGNOLO, Walter. **Desobediência epistêmica**: retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad. Argentina: Ediciones del signo, 2010.

MORAES, Igor. Essa é a vida de quem tem uma eugênia. Recife. 31 ago. 2020. Instagram: @igormoraes. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CEjkVlbJ1v8/>>. Acesso em: 2 fev. 2021.

MOREAU, Pierre-François. Recepção e Influência de Spinoza. In: GARRETT, Don. (Org.). **Spinoza**. Aparecida: Ideias & Letras, 2011.

NATULINI, Julia (2021). **#foradostory, você tá bem?** Disponível em: <<https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/saude/foradostory-voce-tabem,ef7d71a8375059826dd56f5b6f1d8de4bitju9sj.html>>. Acesso em 29 nov. 2021.

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Declaração** - Isto não é um manifesto. Tradução: Carlos Szlak. 1.ed. São Paulo: n. 1 edições, 2014.

O ESTADO DE S. PAULO. Fomo; o medo de ficar por fora. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/geral,fomo-o-medo-de-ficar-por-fora,10000038220>>. Acesso em: 29 nov. 2021.

OLIVEIRA, Jaqueline. Entenda nossa empresa. Mauá. 2 fev. 2021. Instagram: @jaquelineoliveiraconfeitaria. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CKzb2fLB2KW/>>. Acesso em: 2 fev. 2021.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas do discurso. 1.ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 12. ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.

ORLANDI, Eni Pucinelli. **Discurso em análise**: sujeito, sentido e ideologia. 2.ed. Campinas, SP: Pontes, 2012.

PASCAL, Blaise. **Pensamentos**. Tradução de Mario Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

PATCH ADAMS - O AMOR É CONTAGIOSO. Direção: Tom Shadyac. Produção: Mike Farrell, Barry Kemp, Marvin Minoff e Charles Newirth. Estados Unidos: Universal Pictures/UIP, 1998. 1 DVD.

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, pp.59-158, 2014b.

PÊCHEUX, Michel. Delimitações, inversões, deslocamentos. Tradução: José Horta Nunes. **Cad. Est. Ling.**, Campinas, (19): 7-24, jul./dez. 1990.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 7.ed. Tradução de Eni P. Orlandi. Campinas, SP: Pontes, 2015.

PÊCHEUX, Michel. (1977) Remontons de Foucault à Spinoza. In: MALDIDIER, Denise. (Éd.) **L'inquiétude du discours**. Tradução de Maria do Rosário Gregolin. Paris: Cendres, 1990, p. 245-260.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi et al. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014a.

PÉRILLEUX, Thomas. O trabalho e os destinos políticos do sofrimento. Tradução de Ricard Avelar de Sousa. In: MERLO, Álvaro Roberto Crespo; MENDES, Ana Magnólia; MORAES, Rosângela Dutra de. **O sujeito no trabalho**: entre a saúde e a patologia. Curitiba: Juruá, 2013, p. 73-92.

PIOVEZANI, Carlos. **A voz do povo**: uma longa história de discriminações. Petrópolis, RJ: Vozes, 2020.

REAGLE, Joseph. Following the Joneses: FOMO and conspicuous sociality. **First Monday**, Chicago, v. 20, n. 10, 5 out. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6064>>. Acesso em: 2 ago. 2020.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Total de Empresas Optantes no SIMEI em Julho/2009, por Mês/Dia. Disponível em: <<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/relatorioMesDia.jsf>>. Acesso em: 14 fev. 2022.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Total de Empresas Optantes no SIMEI em Fevereiro/2022, por Mês/Dia. Disponível em: <<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemei/private/pages/relatorios/relatorioMesDia.jsf>>. Acesso em 14 fev. 2022.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

REIS, Maurício de Novais; ANDRADE, Marcilea Freitas Ferraz de. O pensamento decolonial: análise, desafios e perspectivas. **Espaço Acadêmico**, n. 202, mar 2018, ano XVII, p. 1-11.

RESULTADOS DIGITAIS. **Como escrever para blog, conquistar leitores e produzir com consistência**. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/como-escrever-para-blog/>>. Acesso em: 25 jun. 2021.

RIBEIRO, Gabriel Francisco. É greve: entregadores param hoje e fazem desafio à economia dos aplicativos. **Tilt/UOL**, São Paulo, 1º jul. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/07/01/e-greve-entregadores-param-hoje-e-fazem-desafio-a-economia-dos-aplicativos.htm>>. Acesso em: 25 jan. 2021.

ROCHA, André Menezes. Espinosa e o conceito de superstição. **Cadernos de Ética e Filosofia Política**, [S.l.], n. 12, p. 81-99, 2008.

RUBIN, Isaak Illich. A teoria marxista do valor. Coleção Teoria e História 13. Tradução: José Bonifácio de S. Amaral Filho. São Paulo: Polis, 1987.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos**: corpos políticos, desamparo e fim do indivíduo. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

SANTANDER UNIVERSIDADES. SWOT pessoal: conheça a si mesmo para evoluir profissionalmente. Disponível em: <https://www.becas-santander.com/pt_br/blog/swot-pessoal.html>. Acesso em 03 ago. 2021.

SANTIAGO, Homero. **Entre servidão e liberdade**. Trabalho apresentado ao Departamento de Filosofia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de livre-docente na disciplina Filosofia Geral. São Paulo, 2011.

SANTIAGO, Homero; MARINO, Mario (2018). **A anomalia selvagem**: uma entrevista de Antonio Negri. Disponível em <https://editorapoliteia.com.br/entrevista-anomalia-selvagem/> Acesso em: 10 set. 2020.

SANTOS, Vivían Matias dos. Notas desobedientes: decolonialidade e a construção para a crítica feminista à ciência. **Psicologia & Sociedade**, 30, 2018, p. 1-11.

SANTOS, Boaventura Souza. **A crítica da razão indolente. Contra o desperdício da experiência.** São Paulo: Cortez, 2000.

SAPOSATI, Aldaíza. Movimentos utópicos da contemporaneidade. In: SORRENTINO, Marcos (Coord.). **Ambientalismo e participação na contemporaneidade.** São Paulo: EDUC/FAPESP, 2002.

SAWAIA, Bader Burihan. A legitimidade subjetiva no processo de participação social. In: CAMINO, Leôncio ; LHULLIER, Louise; SANDOVAL, Salvador. (Eds.), **Estudos sobre comportamento político.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

SAWAIA, Bader Burihan. Introdução: exclusão ou inclusão perversa? In: SAWAIA, Bader B. (Org.). **As artimanhas da exclusão: análise psicossocial e ética da desigualdade social.** 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1999a, p. 7-13.

SAWAIA, Bader Burihan. Introduzindo a afetividade na reflexão sobre estética, imaginação e constituição do sujeito. In: DA ROS, Silvia Zanatta; MAHEIRIE, Kátia; ZANELLA, Andréa Vieira. (Eds.). **Relações Estéticas, atividade criadora e imaginação: sujeitos e(em) experiência** (p. 85-94). Florianópolis: NUP/CED/UFSC, 2006.

SAWAIA, Bader Burihan. O sofrimento ético-político como categoria de análise da dialética exclusão-inclusão. In: SAWAIA, Bader Burihan. (Org.). **As artimanhas da exclusão: análise psicossocial e ética da desigualdade social.** 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999b, p. 97-118.

SAWAIA, Bader Burihan. Participação social e subjetividade. In: SORRENTINO, Marcos (Org.). **Ambientalismo e participação na contemporaneidade.** São Paulo: Fapesp, 2002, p.115-134.

SAWAIA, Bader Burihan. Psicologia e desigualdade social: uma reflexão sobre liberdade e transformação social. **Psicologia & Sociedade.** 21 (3): 364-372, 2009.

SAWAIA, Bader Burihan. **Por que investigo a afetividade?** Texto apresentado para o concurso de promoção na carreira para a categoria de Professor Titular do Departamento de Sociologia da PUC/SP, março de 2000.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA BAHIA (SEBRAE BA, 2017). Guia Completo do Microempreendedor Individual - com alterações da Lei Geral. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ba/artigos/e-book-como-elaborar-pesquisa-de-mercado,1f0f201221455510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 17 jun. 2021.

SEBRAE NACIONAL E ENDEAVOR (2019). 50 histórias para inspirar sua jornada empreendedora: Um exemplo para chamar de seu”, produzido pelo Sebrae e a Endeavor. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/50-historias-para-inspirar-sua-jornada-empresendedora,59d8aa7dab90d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 25 jun 2021.

SEMENTES DO REINO. Sim, aqui é uma Euquipe. 2 fev. 2021. Instagram: @sementesdoreinoaromas. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CKzJrselkNC/>>. Acesso em: 02 fev. 2021.

SÉVÉRAC, Pascal. Conhecimento e afetividade em Spinoza. In: MARTINS, André (Org.). **O mais potente dos afetos**: Spinoza e Nietzsche. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

SOUZA, Cristiane. **“Mulher” de negócios no discurso do empreendedorismo**: a liberdade em condições de subalternidade. Tese (Doutorado em Linguística) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Alagoas. Maceió, p. 172, 2019.

SOUZA, Felipe; MACHADO, Leandro. Coronavírus: entregadores de aplicativo trabalham mais e ganham menos na pandemia. **Tilt/UOL**. São Paulo, 07 mai 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/bbc/2020/05/07/coronavirus-entregadores-de-aplicativo-trabalham-mais-e-ganham-menos-na-pandemia.htm>>. Acesso em: 09 jun. 2021.

SOUZA, Pedro de. O que se remonta de Espinoza em Pêcheux? **Anais**. I SEAD, 2003. Seminário de Estudos em Análise do Discurso. Programa de Pós-Graduação em Letras e ao Instituto de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e acontece em Porto Alegre. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/1SEAD/Paineis/PedroDeSouza.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2022.

SPINOZA, Baruch de. **Ética**. Tradução: Tomaz Tadeu. 2. ed. 5.reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

SPINOZA, Baruch de. **Tratado teológico-político**. Tradução de Diogo Pires Aurélio. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2004.

VERAS, Maura Pardini B. Exclusão social - um problema de 500 anos. In: SAWAIA, Bader Burihan. (Org.). **As artimanhas da exclusão**: análise psicossocial e ética da desigualdade social. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999, p. 27-50.

WANDERLEY, Mariangela Belfiore. Refletindo sobre a noção de exclusão. In: SAWAIA, Bader Burihan. (Org.). **As artimanhas da exclusão**: análise psicossocial e ética da desigualdade social. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999, p. 16-26.

WEBER, Marx. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Martin Claret, 2013.

WILLMOTT, Hugh. Strength is ignorance; slavery is freedom: managing culture in modern organizations. **Journal of Management Studies**, v. 30, n. 4, p. 515-552, 1993.

ZOPPI-FONTANA, Mônica (informação verbal). Apresentação da mesa de abertura “Discurso, Cultura, Política”, V SEDISC – Seminário Discurso, Cultura e Mídia. 22 de outubro de 2020.