



Ministério da Saúde

FIOCRUZ

Fundação Oswaldo Cruz



ESCOLA NACIONAL DE SAÚDE PÚBLICA
SERGIO AROUCA
ENSP

Edith França de Carvalho

Coaching no Brasil: uma pedra no sapato da saúde do trabalhador?

Rio de Janeiro

2022

Edith França de Carvalho

Coaching no Brasil: uma pedra no sapato da saúde do trabalhador?

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Saúde Pública, da Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, na Fundação Oswaldo Cruz, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Saúde Pública. Área de concentração: Determinação dos Processos Saúde-Doença: Produção/Trabalho, Território e Direitos Humanos.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Carlos Fadel.

Coorientadora: Prof.^a Dra. Danielle Ribeiro de Moraes.

Rio de Janeiro

2022

Título do trabalho em inglês: Coaching in Brazil: a thorn in the side of workers' health?.

O presente trabalho foi realizado com apoio de Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) - Código de Financiamento 001.

C331c Carvalho, Edith França de.
Coaching no Brasil: uma pedra no sapato da saúde do trabalhador? / Edith França de Carvalho. -- 2022.
71 f. : il.

Orientador: Luiz Carlos Fadel de Vasconcelos.
Coorientadora: Danielle Ribeiro de Moraes.
Dissertação (Mestrado Acadêmico em Saúde Pública), Rio de Janeiro, 2022.
Bibliografia: f. 68-71.

1. Tutoria. 2. Empreendedorismo. 3. Emprego. 4. Discurso. 5. Neoliberalismo. I. Título.

CDD 371.1

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da Rede de Bibliotecas da Fiocruz com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bibliotecário responsável pela elaboração da ficha catalográfica: Glauce de Oliveira Pereira - CRB-7-5642
Biblioteca de Saúde Pública

Edith França de Carvalho

Coaching no Brasil: uma pedra no sapato da saúde do trabalhador?

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Saúde Pública, da Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, na Fundação Oswaldo Cruz, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Saúde Pública. Área de concentração: Determinação dos Processos Saúde-Doença: Produção/Trabalho, Território e Direitos Humanos.

Aprovada em: 19 de setembro de 2022.

Banca Examinadora

Prof.^a Dra. Bruna Pinto Martins Brito
Universidade Federal Fluminense

Prof.^a Dra. Lúcia Regina Florentino Souto
Fundação Oswaldo Cruz –Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca

Prof.^a Dra. Danielle Ribeiro de Moraes (Coorientadora)
Fundação Oswaldo Cruz –Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca

Prof. Dr. Luiz Carlos Fadel de Vasconcelos (Orientador)
Fundação Oswaldo Cruz –Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca

Rio de Janeiro

2022

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Frederico, pelo apoio incondicional nesses 6 anos que compartilhamos um caminho em comum, pelo amor, por ser um grande parceiro de leitura e revisão ortográfica sempre disponível. Por ser um grande incentivador dessa jornada na pós-graduação. A gratidão que sinto por ti jamais caberia em uma ou duas folhas de papel. Amo-te.

A meu pai, Edivaldo, *em memória*, a cada etapa vencida, sinto que se ele estivesse aqui hoje, sem dúvidas, estaria muito feliz com mais essa conquista de sua filha. À minha mãe pelo apoio em mais essa fase.

A Renato Bonfatti, *em memória*, que no começo dessa jornada do mestrado foi meu orientador e professor que acreditou nesta pesquisa.

Ao professor Luiz Carlos Fadel de Vasconcellos, pela orientação e por acreditar no potencial desta pesquisa.

À professora Danielle Ribeiro de Moraes, pela coorientação, pelo apoio no processo do mestrado atravessado por uma pandemia.

À professora Bruna Brito, por ter aceitado participar desta banca. Com Bruna eu aprendi a fazer pesquisa ainda na graduação em Psicologia na UFF - Campos dos Goytacazes, lecionou diversas matérias que cursei, foi minha orientadora na graduação e essa relação se expandiu para a vida fora a academia.

À professora Lúcia Regina Souto por aceitar fazer parte dessa banca; pesquisadora admirável, com quem tive o privilégio de ter aulas maravilhosas ainda na especialização.

Às amigas Roseane, Monique, Lidiane e Michele, pesquisadoras negras incríveis, que me acolheram em todo esse processo e me ensinaram o significado de aquilombar-se. Sou eternamente grata por tudo.

Aos amigos Dorival, Letícia, Victória, Otávia e Júlia, laços que foram construídos durante a especialização e que permanecem na vida. Obrigada pelo acolhimento de sempre. Amigos incríveis que admiro muito.

Aos meus amigos Rômulo e Dennyson, casal que eu admiro e que sou grata pela amizade e acolhimento na vida.

À amiga Isabella Maio, parceira de mestrado atravessado pelo ensino remoto. Compartilhamos o interesse pela Saúde do Trabalhador, trocamos referências e apoio.

À CAPES, pela bolsa que me foi fundamental para exercer meu papel de pesquisadora durante estes dois anos.

Livre é o estado daquele que tem liberdade.
Liberdade é uma palavra que o sonho humano alimenta que
não há ninguém que explique e ninguém que não entenda.
(MEIRELES et al., 1989, p. 30)

RESUMO

Esta pesquisa tem como objeto a análise da produção discursiva do *coaching*, partindo da hipótese de que haja similaridades entre o mesmo e a lógica de precarização do trabalho. Além disso, pesquisamos as similaridades discursivas entre o *coaching* e o empreendedorismo. Buscamos analisar os discursos do *coaching*, divulgados na Plataforma *YouTube* -, sua relação com a ideologia neoliberal e como são abordados e normalizados os processos de precarização do trabalho. A pesquisa tem uma perspectiva crítica entre o discurso do *coaching* e o do empreendedorismo, amplamente divulgados na internet, tendo como pano de fundo a ideologia neoliberal que permeia tais discursos. Diante desse cenário questionamos: quais relações são observadas entre o discurso do *coaching* e o do empreendedorismo? Para responder à pergunta da pesquisa analisamos a figura do *coach* e sua influência na disseminação desses discursos que se entrelaçam. O objetivo geral do trabalho foi analisar os discursos do *coaching*, com base em amostras coletadas nos canais brasileiros de maior impacto (visualizações, seguidores, engajamento etc.) que permeiam a plataforma *YouTube*, identificando categorias relacionadas à precarização do trabalho. Os objetivos específicos foram: identificar a lógica precarizante do trabalho no discurso do *coaching*; identificar quais os pressupostos ideológicos fundamentadores deste discurso que dialogam com a lógica do empreendedorismo e a vulnerabilização do trabalhador. Para alcançarmos esses objetivos utilizamos a metodologia de análise do discurso de Eni Orlandi (1999). Entre as justificativas da pesquisa ressaltamos que, mesmo com a ampla disseminação do *coaching* no Brasil, pouco se sabe sobre sua prática, aplicações e quais são os arcabouços teóricos que o embasam. Assim, torna-se cada vez mais importante pesquisas sobre este objeto.

Palavras-chave: *coaching*; empreendedorismo; precarização do trabalho; análise do discurso; neoliberalismo.

ABSTRACT

This master's degree dissertation aims to investigate, through discourse analysis, the discursive production of coaching in Brazil, from the standpoint that there are similarities between the coaching discursive production and the precariousness of work logic. Furthermore, we also seek to trace the discursive similarities between coaching and the entrepreneurship discursive production. We analyze the discursive production of coaching, posted on the YouTube platform, its relation with the neoliberal ideology and how the precariousness of work processes are approached and normalized. Our analysis is based on a critical perspective about the discursive production of coaching and its connections with entrepreneurship discursive production that are widely spread throughout the internet, having in mind the context about the neoliberal ideology that permeate those speeches. Based on the aforementioned scenario we ask: what relations are observed between the discursive production of coaching and the entrepreneurship discursive production? To answer the question we analyze the coach figure and its influence on the dissemination of those speeches about entrepreneurship and self-management. This master's degree dissertation's main objective is to analyze the discursive production of coaching in Brazil, based on samples collected in the most impactful Brazilian YouTube coaching channels (in terms of visualizations, followers etc.), identifying categories related to the precariousness of work's process. The specific objectives are the following: to identify the precariousness of work's logic embedded in the discursive production of coaching; to identify what are the ideological assumptions that substantiate the discursive production of coaching that correlate with the entrepreneurship's logic and the vulnerabilization of the working force in general. Our methodological approach is qualitative, formulated based mainly on the speech analysis method, in order to encompass the coaches' thought and ideology that is beneath the discursive text surface. This research justifies itself based on the notion that there are few data about the coaching practice in Brazil, its applications, and what are the theoretical frameworks that it is based on.

Keywords: coaching; precariousness of work; speech analysis; neoliberalism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Diagrama das categorias analíticas utilizadas.....	54
Quadro 1 - Quadro analítico.....	61

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CFP	Conselho Federal de Psicologia
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
IA	Inteligência Artificial
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEI	Micro Empreendedor Individual
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	PRECARIZAÇÃO	13
2.1	A PRECARIZAÇÃO COMO REGRA.....	13
2.2	A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO E A ACUMULAÇÃO FLEXÍVEL.....	14
2.3	AVANÇOS TECNOLÓGICOS: NÃO NECESSARIAMENTE UM ALÍVIO.....	17
3	CENÁRIO DO TRABALHO NO BRASIL	19
3.1	A PANDEMIA DESNUDANDO UM CENÁRIO FAMÉLICO PARA OS TRABALHADORES.....	21
3.2	COVID-19 E TRABALHO NO BRASIL.....	23
4	EMPREENDEDORISMO E SUAS DEFINIÇÕES	25
4.1	EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	26
4.2	A SUBSTITUIÇÃO DO TRABALHO FORMAL.....	28
4.3	IDEOLOGIA A SERVIÇO DA RACIONALIDADE NEOLIBERAL.....	30
5	O SURGIMENTO DO <i>COACHING</i>	37
5.1	VIÉS COMPORTAMENTAL DO <i>COACHING</i>	40
5.2	ÉTICA PROFISSIONAL, <i>COACHING</i> E PSICOLOGIA.....	42
5.3	O <i>COACHING</i> NAS PLATAFORMAS DIGITAIS.....	44
6	TRAJETÓRIA METODOLÓGICA	47
7	RESULTADOS E DISCUSSÃO	52
7.1	<i>COACH 1</i>	54
7.2	<i>COACH 2</i>	57
8	CONCLUSÃO	65
	REFERÊNCIAS	68

1. INTRODUÇÃO

Vivemos em tempos de grande mobilidade e incerteza, de crises marcadas por profundas transformações provenientes da reestruturação econômica e dos avanços tecnocientíficos que impactaram as relações humanas, especialmente nas últimas décadas. Como efeito desses novos tempos e práticas, temos uma sociedade que exige dos indivíduos, cada vez mais, melhores resultados em todos os setores da vida. E na configuração atual do trabalho, a ideologia dominante é a da responsabilização dos indivíduos por seus sucessos e fracassos profissionais; é cobrada cada vez mais dos trabalhadores uma alta performance a todo custo. Essa ideologia faz parte de uma cultura empresarial que se torna evidente a partir da reestruturação do mundo do trabalho. Opera através de valores e práticas pautadas na alta performance, autogestão e na autonomia dos indivíduos sobre esses processos, sendo esses parâmetros essenciais para demarcar a linha entre sucesso e fracasso.

Juntamente a esse processo de reestruturação do mundo do trabalho e as transformações das relações, acompanhamos o fenômeno da precarização do trabalho como regra nas sociedades. A drástica redução de direitos e garantias dos trabalhadores é um processo cujas ramificações sociais impactam o cotidiano dos trabalhadores e da sociedade como um todo. Em tempos de financeirização do capital, globalização, reestruturação produtiva e organizacional do mundo do trabalho, a precarização se apresenta como estratégia de fragilização das estruturas que protegem e mantêm os laços coletivos laborais.

Somando-se a esse processo em plena marcha, o contexto de pandemia de COVID-19 acentuou a precarização dos postos de trabalho desencadeando altos índices de desemprego, contratos de trabalho precários, insegurança alimentar e ampliação das desigualdades sociais. Diante de tal cenário, de fragilização dos vínculos empregatícios, o empreendedorismo é enxergado como uma saída para todos os males econômicos e sociais. O empreendedorismo tem crescido exponencialmente no Brasil. Especialmente nos últimos anos, tal atividade enseja a busca por geração de valor mediante a criação ou incremento de atividade econômica visando novos produtos, processos e mercados.

A atividade empreendedora é exercida por um ou mais indivíduos buscando retorno financeiro que possibilite sua sobrevivência. Porém, o cenário brasileiro apresenta instabilidade macroeconômica e altos índices de desemprego, fatores que influenciam diretamente no número de empreendedores. A motivação para empreender, em suma, pode derivar da percepção de uma oportunidade de mercado ou pode decorrer da falta de inserção no mercado formal de trabalho, da necessidade (empreendedorismo de subsistência). Assim, os

empreendedores por oportunidade são aqueles que iniciaram seus negócios ao perceberem uma oportunidade no mercado, de maneira estruturada contando com capital próprio, sua principal motivação é ampliação de renda, enriquecimento (expansão de negócios). Os empreendedores por necessidade estão no polo inverso desta lógica, são aqueles que, numa tentativa desesperada, lançam-se ao mercado de maneira informal e sem planejamento ou acesso a capital, puramente pela ausência de alternativa para sua ocupação ou geração de renda. Assim, nossa pesquisa constatou, através de dados levantados, a prevalência do empreendedorismo de subsistência no Brasil. Tal informação é crucial para entendermos o contexto socioeconômico nacional e como fenômenos como o *coaching* se manifestam e impactam as relações de trabalho.

O *coaching*, no Brasil, aparece como uma saída para trabalhadores (formais, informais e desempregados) para alcançarem valorização, empregabilidade ou maior remuneração. É um processo de origem corporativa, inicialmente utilizado para treinamento/capacitação de executivos, gestores e demais líderes corporativos, que busca fomentar a educação dos sujeitos, aqui vistos como possuidores de potencial que deve ser desenvolvido aos moldes e preceitos de uma empresa. O *coaching* aparece como ferramenta central para o desenvolvimento humano dentro do cenário corporativo que, por sua vez, passa a ser encarado como um ambiente de aprendizagem para executivos e diretores de organizações. Ao longo do tempo tal lógica de treinamento/aprendizagem corporativa foi se disseminando noutras áreas tais como: *coaching* esportivo, *coaching* educacional, *coaching* de negócios/empreendedorismo, *life coaching* etc.

Com a popularização, o *coaching* passou a ser adotado como um tipo de consultoria municiada por métodos e técnicas que objetivam capacitar os indivíduos a conquistarem suas metas (de vida ou profissionais). O *coaching* está em franca ascensão no cenário brasileiro através de plataformas digitais como o *YouTube*, tendo amplo alcance e cada vez mais adeptos. Este trabalho se propõe a pesquisar e analisar criticamente dados obtidos sobre o crescente fenômeno do *coaching* no Brasil, em especial os serviços oferecidos nas plataformas digitais como o *YouTube*.

Esta pesquisa tem como objeto a análise da produção discursiva do *coaching*, na hipótese de pesquisa que haja similaridades entre o discurso do *coaching* e a lógica de precarização do trabalho. Além disso, propomos pesquisar o *coaching* e as semelhanças discursivas com o empreendedorismo. Buscamos, ainda, analisar os discursos do *coaching*, amplamente divulgados na internet brasileira - especialmente na Plataforma *YouTube* -, sua relação com a ideologia neoliberal e como são abordados e eventualmente normalizados os processos de precarização do trabalho. Desse modo, a pesquisa tem uma perspectiva crítica

acerca do discurso do *coaching* e suas aproximações com o discurso do empreendedorismo amplamente divulgado na internet, tendo como pano de fundo a ideologia neoliberal que permeia tais discursos.

Diante desse cenário questionamos: quais relações são observadas entre o discurso do *coaching* e o empreendedorismo? Para responder à pergunta da pesquisa propomos analisar a figura do *coach*, e sua influência na disseminação desses discursos de empreendedorismo e autogestão. O objetivo geral do trabalho é analisar os discursos do *coaching*, com base em amostras coletadas nos canais brasileiros de maior impacto (visualizações, seguidores, engajamento etc.) que permeiam a plataforma *YouTube*, identificando categorias relacionadas à precarização do trabalho. Os objetivos específicos são: identificar a lógica precarizante do trabalho no discurso do *coaching*; identificar quais os pressupostos ideológicos fundamentadores do discurso do *coaching* que dialogam com a lógica do empreendedorismo e a vulnerabilização do trabalhador. Levantamento bibliográfico (relação entre discurso do *coaching* – precarização - empreendedorismo).

Para alcançarmos esses objetivos utilizamos a metodologia de análise do discurso (ORLANDI, 1999). O primeiro momento consistiu na seleção das amostras, em seguida foi efetuada a transcrição literal do texto discursivo. Entendemos que através do discurso podemos verificar a relação entre a língua e a ideologia, verificando como efeitos e sentidos são gerados através dos enunciados. Para Orlandi (1999), na análise do discurso ocorre um passo inicial feito entre o material discursivo bruto coletado e o objeto discursivo através da materialidade linguística: o que é dito, quem está dizendo, em que contexto o discurso foi feito etc. Entre as justificativas da pesquisa ressaltamos que mesmo com a ampla disseminação do *coaching* no Brasil, pouco se sabe sobre sua prática, aplicações e quais são os arcabouços teóricos que o embasam, assim torna-se cada vez mais importante pesquisas sobre este objeto.

A dissertação está dividida em capítulos, assim definidos; Capítulo I precarização, Capítulo II Cenário do trabalho no Brasil, Capítulo III- Empreendedorismo e suas definições, Capítulo IV - O surgimento do *coaching*, Capítulo V - Trajetória metodológica, Capítulo VI - Resultados e Discussão.

2. PRECARIZAÇÃO

Em linhas gerais, o processo de precarização do trabalho pode ser entendido como a redução drástica dos direitos e garantias dos trabalhadores. No Brasil, a Reforma Trabalhista¹ é um exemplo claro da precarização dos postos de trabalho, quando temos positivado em lei a permissão para a terceirização e até mesmo a quarteirização de diversas atividades, até mesmo do setor público. Há ainda a previsão legal do trabalho informal sem carteira assinada, apenas como prestação de serviço que não garante nenhuma proteção ao trabalhador.

A cada nova alteração legal, mais direitos e garantias são subtraídos do trabalhador. Exemplo disso é a supremacia do negociado sobre o legislado, a prevalência do acordo entre patrão e empregados, com força de lei e, ainda, retirando os sindicatos da cena de negociação, deixa os trabalhadores sozinhos, entregues à própria sorte, para fazer acordos com o patrão, certamente gerando um desequilíbrio de forças.

Alterações sistemáticas nas leis trabalhistas inibem os trabalhadores a buscarem na justiça a devida reparação. Mudanças na lei, como a possível cobrança dos custos processuais e a possibilidade de penalização do trabalhador, caso venha a perder a causa judicial, são responsáveis por tal inibição. Acrescente-se o desmonte dos órgãos regulatórios e fiscalizadores da Justiça do Trabalho e do Ministério do Trabalho; a redução de verbas para o Ministério Público do Trabalho; e o enfraquecimento dos programas de combate ao trabalho escravo - ações que sistematicamente contribuem para o processo de precarização.

2.1 A PRECARIZAÇÃO COMO REGRA

A precarização social do trabalho é um fenômeno velho e novo ao mesmo tempo (DRUCK, 2007), com suas ramificações sociais, mudanças reais no cotidiano dos trabalhadores e os impactos na sociedade. No contexto de mundialização do capital - hegemonia do capital financeiro, reestruturação da produção e do trabalho, a precarização social traduz-se na fragilização do tecido social das estruturas que regem a coesão e a proteção coletiva e dos laços que se estabelecem. A precarização está presente no mundo contemporâneo, seja no âmbito social e nas relações humanas, seja no mundo do trabalho.

O fenômeno da precarização social do trabalho

¹ Lei nº 13.467 de 13 de julho de 2017:

é compreendido como um processo em que se instala - econômica, social e politicamente - uma institucionalização da flexibilização e da precarização moderna do trabalho, o que renova e reconfigura a precarização histórica e estrutural do trabalho no Brasil (DRUCK, 2011, p. 19).

Tal processo acontece tendo como pano de fundo para tais mudanças a necessidade de adaptação aos novos tempos e à modernização dos sistemas. Para Druck (2011), o conteúdo dessa (nova) precarização está dado pela condição de instabilidade, insegurança, adaptabilidade e fragmentação dos coletivos de trabalhadores, além da destituição do conteúdo social do trabalho. Essa condição se torna central e hegemônica, contrapondo-se a outras formas de trabalho e de direitos sociais duramente conquistados em nosso país, que mesmo com o esvaziamento das políticas de proteção social resistem.

Assim, as relações trabalhistas demonstram-se cada vez mais frágeis e instáveis, logo, “a insegurança e a incerteza passam a fazer parte do pacote de precarização que se alastra pela sociedade e em especial no mundo do trabalho” (DRUCK, 2011, p. 20). O autor nos mostra que o trabalho precário se expressa em suas diversas dimensões nas formas de inserção e de contrato, na informalidade, na terceirização, na desregulação e flexibilização da legislação trabalhista, no desemprego, no adoecimento, nos acidentes de trabalho, na perda salarial, na fragilidade dos sindicatos. O que temos hoje no mundo real do trabalho com seus novos modelos de gestão, são práticas que se distanciam cada vez dos direitos conquistados pelos trabalhadores.

Para Seligmann-Silva (2001), a precarização é um processo multidimensional que altera a vida dentro e fora do trabalho. É importante entender que tal fenômeno se manifesta de diversas formas, para que não seja visto apenas como um fenômeno isolado ou mesmo somente como uma tendência pontual oriunda dos tempos de pandemia.

Há um fio condutor, há uma articulação e uma indissociabilidade entre as formas precárias de trabalho e de emprego, expressas na (des)estruturação do mercado de trabalho e no papel do Estado e sua (des)proteção social, nas práticas de gestão e organização do trabalho e nos sindicatos, todos contaminados por uma altíssima vulnerabilidade social e política (DRUCK, 2011, p. 20).

2.2 A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO E A ACUMULAÇÃO FLEXÍVEL

Druck (2011) destaca que, na história do capitalismo, estabeleceram-se diferentes padrões de acumulação de capital, oriundos de diferentes conjuntos de fatores econômicos,

sociais e políticos. A autora afirma que a questão social, mais destacadamente as lutas de resistência dos trabalhadores que fizeram frente ao processo de acumulação capitalista - limitando-o -, resultou em implementações importantes, do ponto de vista de políticas sociais, como direitos sociais e trabalhistas (legitimação, pela sociedade e pelo Estado, da proteção social como direito a ser garantido). A autora sintetiza afirmando que o capitalismo do século XIX difere de sua expressão no século XX, bem como no século XXI.

Tais conjunturas históricas, e as transições de uma era para outra, de acordo com Druck (2011), deixam claro os processos de mutação em que velhas e novas formas de trabalho e emprego coexistem, combinam-se e se redefinem. O movimento de metamorfose se dá sob amparo de uma dinâmica que predomina sobre outras: a dinâmica da precarização social do trabalho. São conjunturas históricas que atuam sobre as condições estruturais do sistema e o modificam, interferindo sobre as suas formas e configurações. “São, portanto, momentos que sintetizam determinadas relações de forças das ações das classes sociais, cujas experiências também variam historicamente” (DRUCK, 2011, p. 41).

Segundo Antunes (2018), vivemos atualmente sob uma economia regulada pelo capital financeiro em que as empresas buscam garantir seus lucros transferindo ao trabalhador a pressão pela maximização do tempo, pelas altas taxas de produtividade, pela redução dos custos, como relativos à força de trabalho, além de exigir a “flexibilização” crescente dos contratos de trabalho. O autor assinala:

Nesse contexto, a terceirização vem se tornando a modalidade de gestão que assume a centralidade na estratégia empresarial, uma vez que as relações sociais estabelecidas entre capital e trabalho são disfarçadas em relações interempresas, baseadas em contratos por tempo determinado, flexíveis, de acordo com os ritmos produtivos das empresas contratantes, com consequências profundas que desestruturam ainda mais a classe trabalhadora, seu tempo de trabalho e de vida, seus direitos e suas condições de saúde, seu universo subjetivo (ANTUNES, 2018, p. 32).

Vivemos na era do capitalismo flexível (Druck, 2011) que introduziu o tempo de trabalhadores (des)empregados: sujeitos empregáveis no curto prazo, porém descartáveis, sempre submissos às (novas) e precárias formas de contrato trabalhista.

Assim, a mesma lógica que incentiva a permanente inovação no campo da tecnologia e dos novos produtos financeiros, atinge a força de trabalho de forma impiedosa, transformando rapidamente os homens que trabalham em obsoletos e descartáveis, que devem ser “superados” e substituídos por outros “novos” e “modernos”, isto é, flexíveis (DRUCK, 2011, p. 42-43).

Para Druck (2011), capitaneado pela lógica da especulação financeira, o capital força até o limite a finalidade única e última de fazer mais dinheiro do dinheiro, em detrimento da

produção em massa de mercadorias: de maneira volátil, sem vínculos, sem compromissos a não ser com a lógica de mercado (financeiro em primeiro lugar). Tamanha e desmedida concorrência internacional não aceita qualquer tipo de regulação estatal.

Com salários menores, jornadas de trabalho prolongadas, vicissitudes cotidianas que decorrem (*sic*) da burla da legislação social protetora do trabalho, a terceirização assume cada vez mais relevo, tanto no processo de corrosão do trabalho e de seus direitos como no incremento e na expansão de novas formas de trabalho produtivo geradoras de valor. Essas novas modalidades de trabalho vêm assumindo um destaque crescente não só no mundo da produção material, mas na circulação do capital e agilização das informações, esferas que são com frequência realizadas por atividades também imateriais, que ganham cada vez mais importância na reprodução ampliada do capital financeirizado, informacional e digital (ANTUNES, 2018, p. 32).

De acordo com o exposto, podemos entender a precarização social e do trabalho como um processo central na dinâmica do capitalismo flexível, enxergada como estratégia de dominação. O capital financeiro usa da força e do consentimento para viabilizar tamanho grau aviltante de acumulação (sem limites materiais ou morais). Conforme Druck (2011), o uso da força se traduz na imposição de condições de trabalho e emprego precárias face ao constante risco de desemprego estrutural ensejado pelo capitalismo flexível. No âmbito do consentimento trata-se da vigência ideológica da frase: é melhor qualquer emprego do que não ter nenhum (ARAÚJO et al., 2018).

O consenso se produz a partir do momento em que os próprios trabalhadores, influenciados por seus dirigentes políticos e sindicais, passam a acreditar que as transformações no trabalho são inexoráveis e, como tal, passam a ser justificadas como resultados de uma nova época ou de um “novo espírito do capitalismo”. Esse “novo espírito” insiste em desqualificar os valores construídos na era anterior, fazendo desmoronar a crença no progresso, nas possibilidades de emprego e de direitos sociais de longo prazo e num Estado protetor. Em nome da “via única” e do “pensamento único”, impõe um conjunto de mudanças que passam a ser justificadas no plano material e intelectual como uma força da natureza e, portanto, sem possibilidades de uma intervenção humana (DRUCK, 2011, p.43).

Assim, a precarização é estratégica, motivada por interesses econômicos e políticos, e suas ramificações se expressam no contexto social e do trabalho, nas relações cada vez mais deterioradas. Esses agravamentos são sentidos amplamente na nossa sociedade como periferia do capital e percebemos as configurações do mesmo de forma infinitamente mais cruel. A exemplo do que acontece no país com a pandemia de COVID-19, que tem nuances específicas de superexploração e de desemprego, presenciamos o afundamento da classe trabalhadora a partir da retirada de seus direitos e da deterioração dos postos de trabalho.

2.3 AVANÇOS TECNOLÓGICOS: NÃO NECESSARIAMENTE UM ALÍVIO

O trabalho assume uma determinada configuração com o fenômeno da globalização, que se tornou hegemônica, em termos mundiais, há pelo menos quatro décadas: mundialização inédita do capital, apoiada num projeto político e econômico de cunho liberal que se concretizou essencialmente através de uma reestruturação intensa e longa da produção e do trabalho. Os avanços tecnológicos dos últimos anos poderiam ser indicadores de alívio da carga de trabalho, já que a tarefa do trabalho teria elementos facilitadores de sua execução. Porém, o cenário que está desenhado é bem diferente, ainda mais se pensarmos na realidade de trabalho no Brasil, onde a exploração da classe trabalhadora cresce proporcionalmente aos avanços tecnológicos. Uma exploração respaldada na lei, já que nos últimos 5 anos encaramos uma reestruturação da legislação trabalhista e conseqüentemente novos arranjos no mundo do trabalho, onde a flexibilização e a precarização são regras. E as saídas possíveis para esse caos no mundo laboral são pautadas em ações individuais para uma crise que é coletiva.

Com o avanço da tecnologia, há algumas décadas tornou-se cada vez mais real a tese de que a classe trabalhadora estava em colapso e que deixaria de existir, neste mundo dominado pelas tecnologias.

Com Estados Unidos e Europa à frente, a ideia de um capitalismo maquinico e sem trabalho se expandia e se consolidava, conseguindo ampla adesão no universo acadêmico, sindical e político em várias partes do mundo. Movida quase exclusivamente pela técnica, pelo mundo maquinico-informacional-digital, a classe trabalhadora em fase terminal (ANTUNES, 2018, p.27).

Tal saída mostrou-se problemática tanto no Norte global quanto no Sul e em outros países como a China, Índia e tantos outros países recém industrializados. As conseqüências para o mundo laboral foram mais danosas. A estratégia de precarização do trabalho avança na sociedade em todo o mundo e as altas taxas de desemprego são algumas das conseqüências dessas mudanças. Segundo Antunes (2018), isso acontece dentro da noção de que o proletariado industrial *fordista* e *taylorista*, como conhecemos e estudamos por décadas com diversas teses e saberes, vem se reduzindo em números reais ao redor do mundo. Simultaneamente outra classe de trabalhadores surge ano após ano com números exponenciais de novos trabalhadores no setor de serviços. Sobre o fenômeno Antunes aponta:

Apesar de parecer que o proletariado industrial, herdeiro da era taylorista e fordista, vem se reduzindo em várias partes do mundo capitalista central, há também uma forte contratendência, dada pela expansão exponencial de novos contingentes de trabalhadores e trabalhadoras, especialmente no setor de serviços, mas também na agroindústria e na indústria, ainda que de modo diferenciado em vários países do Sul,

de que são exemplos os casos da China, da Índia, da Coreia, do Brasil, do México, da África do Sul e etc. (2018, p. 27).

Totalmente distante da noção de eliminação do trabalho humano que seria substituído pela tecnologia, assistimos ao avanço do número de trabalhadores do setor de serviços, em especial o novo proletariado da era digital.

Portanto, em vez do fim do trabalho na era digital, estamos vivenciando o crescimento exponencial do novo proletariado de serviços, uma variante global do que se pode denominar escravidão digital (ANTUNES, 2018, p. 30).

Em pleno século XXI, fica clara a tendência de transformação do trabalho, regulado pelo capital, ficando cada vez mais evidente a intensificação da precarização. Como resultado, temos a precarização dos postos de trabalho, a deterioração dos direitos trabalhistas e um crescente número de desempregados. Aqui entendemos o proletariado de serviços, os trabalhadores autônomos ou, como conhecemos contemporaneamente, os empreendedores. Uma classe que cresce cada vez mais, os empreendedores são indivíduos que não encontram vaga no mercado de trabalho e saem em busca de sustento trabalhando por conta própria sem qualquer proteção social, garantia ou direitos, sem amparo nenhum do Estado caso algo dê errado ou mesmo fiquem doentes. Entendemos que a classe dos empreendedores, e seu crescimento considerável nas últimas décadas, deve-se à reestruturação do mundo do trabalho e à precarização dos postos laborais.

É o perene e exponencial processo de acumulação de capital que norteia a sociedade, numa busca incansável pelo lucro, pela produção e apropriação do excedente (ideais preconizados pela concorrência intercapitalista das nações do globo). Druck (2011) aponta que tal processo dissocia o capital e as formas materiais de riqueza (valores de uso), atribuindo-lhes um caráter abstrato e sua valorização, através do trabalho alienado excedente, e garantindo a perpetuação da acumulação.

A nova fase do capitalismo contemporâneo, também denominado de flexível (Sennett, 1999) ou de acumulação flexível (Harvey, 1995). E, nessa denominação, já está subjacente a compreensão de que o sistema capitalista, em seu desenvolvimento histórico, sofreu transformações significativas – especialmente no campo do trabalho e das lutas dos trabalhadores – que redefiniram a sua configuração, mesmo que mantivessem sua essência como um sistema cujas relações sociais se assentam sobre o trabalho assalariado, ou seja, pela apropriação do trabalho pelo capital, através da compra e venda da força de trabalho no mercado, independentemente das formas de contrato existentes ou predominantes (DRUCK, 2011, p 41).

3. CENÁRIO DO TRABALHO NO BRASIL

O cenário do trabalho no Brasil, mesmo antes da pandemia de COVID-19, já apresentava uma intensificação da precarização do trabalho em diversos setores. Destacam-se marcos importantes como a Emenda Constitucional nº 95, vulgo teto dos gastos, que alterou a Constituição Brasileira de 1988 instituindo um novo regime fiscal, congelando os gastos sociais por 20 anos; e a Reforma Trabalhista (Lei 13.467/2017) que mudou regras e promoveu uma série de mudanças no sistema de aposentadorias e pensões no setor público e privado. Essas reformas sintetizam o caminho de austeridade escolhido pelo Estado brasileiro em virtude da recessão econômica acentuada a partir de 2015.

Um marcador importante a ser considerado, em termos de qualidade da empregabilidade no mercado de trabalho é o quantitativo da população empregada formalmente. Os dados, desde meados da década de 2010, apresentam-se de forma preocupante. O emprego com carteira assinada vem perdendo, gradativamente, seu protagonismo e incidência na configuração do mercado de trabalho brasileiro. Nos últimos 8 anos, segundo levantamento efetuado pela LCA Consultores, feito a partir dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) do IBGE, “o contingente de trabalhadores e trabalhadoras empregados com carteira assinada reduziu-se no montante de 2,8 milhões” (ALVARENGA, 2022, s.p.). Em contraste com esse dado, o número de pessoas atuando na informalidade e por conta própria tem crescido. O número de brasileiros empregados formalmente (CLT) encolheu para menos de 40% dos trabalhadores pertencentes ao setor privado. Enquanto isso, o quantitativo de pessoas trabalhando por conta própria ou sem carteira assinada cresceu para um contingente de alarmantes 6,3 milhões.

A fatia da população ocupada com emprego formal encontra-se em queda nos últimos 8 anos. O índice de 38,1%, atingido no primeiro trimestre de 2022, denota o distanciamento do pico de 43% atingido em 2014. Ou seja, presenciamos uma queda livre do trabalho formal. Em números absolutos, o contingente atual de trabalhadores com carteira assinada no 1º trimestre de 2022 totalizou 36,3 milhões contra 39,1 milhões no 1º trimestre de 2014. A Reforma trabalhista foi apresentada como saída para uma futura crise no mundo do trabalho (OLIVEIRA, 2021). Aprovada no governo Michel Temer (2016-2018), sua promessa foi a de que contribuiria para a geração de 2 milhões de vagas de emprego, em 2 anos, e 6 milhões de postos de trabalho, em 10 anos. O texto da Reforma foi sancionado por Temer em julho de 2017, mudou regras sobre férias, jornada de trabalho, contribuição social, dentre outros pontos importantes.

O que temos hoje após 5 anos da Reforma Trabalhista é um encolhimento do contingente de trabalhadoras e trabalhadores brasileiros empregados com carteira assinada. Isso explicita não apenas o encadeamento de crises econômicas nos últimos anos, mas também mostra as transformações tecnológicas e estruturais no mercado de trabalho, na busca por modalidades mais flexíveis.

Segundo dados do IBGE (2022), no primeiro trimestre de 2022, o país possuía 11,9 milhões de desempregados, tendo 4,6 milhões de desalentados - pessoas que desistiram de buscar emprego -, e uma taxa de subutilização da mão de obra em 23,2% - pessoas que poderiam estar trabalhando, mas não encontram trabalho, ou não buscaram, mas estavam disponíveis -. Quando encontram trabalho, não têm horas suficientes, ou seja, trabalham menos do que poderiam. Em suma, há uma força de trabalho em potencial subutilizada. Na definição do IBGE, o desemprego se refere às pessoas com idade para trabalhar que não estão trabalhando, mas estão disponíveis e tentam buscar emprego. Essa definição é interessante, pois o IBGE afirma que existem pessoas que, embora não possuam emprego, não podem ser consideradas desempregadas, a exemplo: donas de casa que não trabalham fora, estudantes universitários, empreendedores que possuem seu próprio negócio.

Nos últimos 8 anos, a categoria de trabalhadores que mais cresceu em participação no mercado de trabalho brasileiro foi a dos trabalhadores por conta própria ou, como nos mostra Antunes (2018), a classe-que-vive-do trabalho. O percentual de brasileiros que vive por conta própria (autônomos) saltou de 22,5% para 26,5% do total de ocupados. 12,8% dos brasileiros trabalham sem carteira assinada, ou seja, juntas, as duas modalidades de trabalho sem carteira assinada representam 39,3% do total de brasileiros com trabalho, segundo a PNAD / IBGE. Em termos absolutos atualmente 37,5 milhões de brasileiros trabalham sem qualquer tipo de garantia e proteção social.

Nos últimos 8 anos, o tipo de ocupação relacionado ao trabalho por conta própria cresceu 4%, enquanto isso, os postos de trabalho no setor privado com carteira assinada retraíram em 3,8% (ALVARENGA et al., 2022). Isso mostra a mudança no tipo de ocupação disponível para os brasileiros. A geração de renda e a expansão do mercado de trabalho têm sido puxadas pela informalidade.

Segundo dados do IBGE (2021), a informalidade de parte significativa dos postos de trabalho é uma característica do mercado de trabalho brasileiro e constitui importante fonte de desigualdade de rendimentos. E a principal consequência desse fenômeno é um alto índice de trabalhadores sem acesso aos mecanismos de proteção social, direito à aposentadoria, licença maternidade, afastamento laboral por motivos de saúde. A pesquisa indica, ainda, uma

preponderância de ocupações informais nas regiões Norte - 59,1% - e Nordeste - 53,1% -, mostrando também a preponderância dos trabalhos informais entre as populações autodeclaradas pretas ou pardas, mais inseridas nas ocupações informais, ou seja, em situação de maior vulnerabilidade. Segundo o estudo, tais resultados refletem as desigualdades historicamente constituídas, como a maior proporção de pessoas pretas ou pardas em condições de trabalho informal.

Podemos entender que tais dados nos apontam os efeitos deletérios da precarização do trabalho no cenário brasileiro. Entendendo que esse não é um fenômeno novo, muito menos passageiro, a precarização é tendência crescente dentro do sistema capitalista - que é marcado por crises e se retroalimenta desta forma.

3.1 A PANDEMIA DESNUDANDO UM CENÁRIO FAMÉLICO PARA OS TRABALHADORES

A renda em queda dos trabalhadores brasileiros evidencia a crise: os dados do Ministério do Trabalho e da Previdência Social mostram que a maioria das vagas com carteira assinada criadas no país oferecem uma remuneração de até 2 salários-mínimos. Em março, o salário médio de admissão foi de R\$ 1.872,07. Já a renda média do trabalhador no Brasil foi de R\$2.467 em março, 8,7% menor que a de 1 ano antes. Os números do IBGE mostram que os trabalhadores por conta própria formalizados, com CNPJ, possuem uma renda média mensal maior do que a dos trabalhadores com carteira assinada, perdendo apenas para a dos empregadores e trabalhadores do setor público.

Os dados da PNAD/IBGE (2022) demonstram a vulnerabilidade econômica e o contraste existente entre trabalhadores empregados sem carteira assinada frente aos empregados com carteira. Esses dados expõem duas realidades para a classe trabalhadora. Anteriormente ao cenário pandêmico já acontecia o processo de precarização, sob o qual a classe trabalhadora brasileira teve uma brutal perda de direitos. Agora, diante do cenário de COVID-19, os trabalhadores encontram-se em uma situação de vulnerabilidade ainda mais intensa, prova disso é a renda em queda que impacta diretamente na qualidade de vida dos trabalhadores bem como seu acesso a bens e consumo.

Embora a pandemia não tenha sido a causa da tragédia, ela deu visibilidade à forma que o capitalismo vinha operando nas últimas décadas no mundo do trabalho - um modelo pautado nas tecnologias de informação, a exemplo dos smartphones, e o grande desenvolvimento tecnológico das últimas décadas (ANTUNES, 2020). O desenvolvimento da IA (Inteligência

Artificial), da internet das coisas, do maquinário informacional digital, avançando e tomando espaço importante no mundo do trabalho, empurrou os trabalhadores para a incorporação de tais tecnologias no cotidiano de trabalho. “O forte auxílio à flexibilização, terceirização e precarização, através da informalidade e intermitência demonstra o processo de corrosão e devastação da força de trabalho em escala global” (ANTUNES, 2020, p. 13).

A quase extinção da carteira assinada e, conseqüentemente, dos direitos trabalhistas, tem refletido as transformações do mundo do trabalho não só no Brasil, com a automação dos processos de produção, flexibilização das relações trabalhistas e a chamada “uberização”². Esses processos têm efeito direto na vida das pessoas que vivem-do-trabalho. Em meio à pandemia da COVID-19, o Brasil vive um pico epidêmico da fome: 19 milhões de brasileiros enfrentam a fome no seu dia a dia.

Os dados são do Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da COVID-19 no Brasil, desenvolvido pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar (REDE PENSSAN, 2022). O Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da COVID-19 foi realizado em 2.180 domicílios nas cinco regiões do país, em áreas urbanas e rurais, entre 5 e 24 de dezembro de 2020. Em números absolutos: no período abrangido pela pesquisa, 116,8 milhões de brasileiros não tinham acesso pleno e permanente a alimentos. Desses, 43,4 milhões (20,5% da população) não contavam com alimentos em quantidade suficiente (insegurança alimentar moderada ou grave) e 19,1 milhões (9% da população) estavam passando fome (insegurança alimentar grave). É um cenário que não deixa dúvidas de que a combinação das crises econômica, política e sanitária provocou uma imensa redução da segurança alimentar em todo o Brasil (REDE PENSSAN, 2022).

E o retrocesso mais acentuado se deu nos últimos dois anos: de 2018 a 2020, como mostra a pesquisa. O aumento da fome foi de 27,6%. O número de pessoas em situação de insegurança alimentar grave saltou de 10,3 milhões para 19,1 milhões. Nesse período, quase 9 milhões de brasileiros passaram a ter a experiência da fome em seu dia a dia. A insegurança alimentar avançou também entre as pessoas que não se encontram em condições de extrema pobreza, segundo dados do Relatório PENSSAN (2022). Houve, em dois anos, um aumento acentuado na proporção da insegurança alimentar leve: de 20,7% para 34,7%. Cerca de metade

² “A uberização é um processo no qual as relações de trabalho são crescentemente individualizadas e invisibilizadas, assumindo, assim, a aparência de “prestação de serviços” e obliterando as relações de assalariamento e de exploração do trabalho” (ANTUNES, 2020, p. 11). Para Abílio, “a uberização consolida a redução do trabalhador a um trabalhador just-in-time, a um autogerente subordinado que arca com os riscos e custos de sua própria produção, sendo utilizado na exata medida das demandas do mercado” (2020, p. 113).

dos entrevistados relatou redução da renda familiar durante a pandemia, provocando inclusive cortes nas despesas essenciais. Esses lares constituem o grupo com maior proporção de insegurança alimentar leve - por volta de 40% -. Isso aponta para o impacto da pandemia entre famílias que tinham renda estável que, provavelmente, foram empurradas da segurança alimentar para a insegurança alimentar leve. A crise econômica agravada pela pandemia está fazendo com que a insegurança alimentar se alastre inclusive entre os que não se encontram em condição de pobreza.

No que se refere à situação de trabalho da pessoa de referência dos domicílios, a ocorrência da fome foi quatro vezes superior entre aquelas com trabalho informal e seis vezes superior quando a pessoa estava desempregada. A escalada da fome durante a pandemia não é de responsabilidade de um vírus, mas de escolhas políticas de negação e da ausência de medidas efetivas de proteção social. Esses dados nos apontam a intensificação da vulnerabilidade da população, além da exploração do trabalho. E em relação à precarização ilimitada, as consequências são ainda mais perversas (ANTUNES, 2020).

3.2 COVID-19 E TRABALHO NO BRASIL

Os pacotes de precarização adotados pelos governos apontam: toda vez que ocorre uma crise financeira, expõe-se toda a precarização social e política, algo que estamos vivenciando atualmente em nosso país. “Nas crises do sistema capitalista, as fragilidades e precarizações que surgem afetam sempre mais diretamente a classe trabalhadora” (CARVALHO, 2017, p. 19). A crise da vez foi muito além das raias da seara econômica. A crise sanitária causada pela pandemia de COVID-19 desnudou um cenário de terra arrasada do mercado de trabalho para a classe trabalhadora.

No caso brasileiro, a pandemia de COVID-19 tornou patente a precarização e amplificou-a, tendo o Governo apoio dos setores empresariais e de grande parte do Congresso Nacional.

Houve um aprofundamento de medidas neoliberais que penalizam sobretudo a classe trabalhadora, através da redução de salários e jornada, permitindo a demissão em massa, impondo a negociação individual, neutralizando os sindicatos, ampliando as formas precárias e temporárias de contratação no serviço público e privado (DRUCK, 2020, p. 27).

A pandemia ocorre no Brasil, em um momento em que temos um alto índice de desempregados e de trabalhadores informais, além dos desalentados, pessoas que desistiram de

buscar emprego. A pandemia do capital, segundo Antunes (2020), mostrou a devastação que o capitalismo financeiro pratica em relação à classe trabalhadora. A relação da crise econômica mundial com a pandemia do coronavírus tem gerado impactos profundos na sociedade, em especial para quem depende do trabalho para sobreviver (ANTUNES, 2020).

A pandemia de COVID-19 intensificou esse cenário já caótico de altos índices de desemprego, baixa expectativa de retomada de crescimento, contratos de trabalho precários, perda de direitos dos trabalhadores e um aprofundamento das desigualdades sociais. Diante da deterioração dos postos de trabalho e fragilização dos vínculos empregatícios, o empreendedorismo aparece como uma via possível para trabalhadores empobrecidos ou desempregados garantirem o sustento e talvez enriquecer.

4. EMPREENDEDORISMO E SUAS DEFINIÇÕES

Boava et al. (2009) apresentam a seguinte definição para o termo: empreendedorismo é composto de empreendedor + ismo. Empreendedor é aquele que empreende. O sufixo ismo, em formas atuais, é utilizado para designar movimentos sociais, ideológicos, políticos, opinativos, religiosos e personativos. Trata-se da tomada de um partido, uma posição, um sistema, uma filosofia, uma circunstância. É interessante observar o quanto o significado da palavra empreendedorismo reverbera no cenário atual de instabilidade no mundo do trabalho, caracterizado por sua intensa flexibilização.

Segundo Carmo et al. (2018), a história do empreendedorismo acompanha a história das instituições e costumes, que foram evoluindo de acordo com as novas realidades. Desse modo, o conceito e as definições de empreendedorismo foram se transformando ao longo da história e adquirindo novos significados. Ou seja, o significado de empreendedorismo depende de referenciais sociais que, por sua vez, são condicionados por todo um contexto. Nesta seção vamos buscar entender o que é o empreendedorismo e como ele se configura no cenário brasileiro.

Apesar desses elementos iniciais sobre o conceito de empreendedorismo, existem diferentes definições na vasta literatura sobre o tema. Há diversas dimensões do conceito de empreendedorismo, a depender de quem faz a análise e para qual finalidade.

Com o decorrer do tempo, o empreendedorismo tornou-se objeto de diversos estudos. Isso levou pesquisadores a se esforçarem para traçar as perspectivas do empreendedorismo, elaborando uma estrutura conceitual. Diversas perspectivas foram traçadas por diferentes autores sobre o empreendedorismo, contudo, a comunidade científica ainda não alcançou um consenso acerca do assunto (Landström et al., 2012; Shane & Venkataraman, 2000). A história mostra que o empreendedorismo recebeu contribuições de variados campos, o que resultou em definições complexas e diferentes para um mesmo fenômeno. Machado e Nassif (2014) consideram o empreendedorismo como uma perspectiva de estudo ainda em construção (CARMO et. al, 2020, p. 2).

Segundo definição do IBGE (2019), o empreendedorismo é um instrumento importante para o aumento da produtividade, na competitividade e na geração de novos postos de trabalho. Um fato sobre o empreendedorismo é que ele tem crescido de forma exponencial no Brasil, especialmente nos últimos anos. De acordo com o IBGE (2019), há uma dificuldade de mensurar este fenômeno nos últimos anos, dada sua expansão e poucos estudos existentes, o que gera uma carência de dados que, segundo o órgão, são necessários para o entendimento da dinâmica e da promoção do empreendedorismo.

O IBGE (2019) traça outras definições a respeito desse fenômeno, trazendo a noção de empreendedores como indivíduos, necessariamente donos de negócios, que buscam gerar valor por meio da criação ou expansão de alguma atividade econômica, identificando e explorando novos produtos, processos e mercados. Já a atividade empreendedora é a ação humana que busca gerar valor, por meio da criação ou expansão da atividade econômica, identificando novos produtos, processos e mercados. Essa noção é reforçada pelo relatório *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018* (CRECO, 2019), que adota o conceito de empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Assim, o empreendedorismo é o fenômeno associado à atividade empreendedora. Essa diferenciação é importante para delimitar o que é a atividade empreendedora da atividade empresarial. Entendendo que a atividade empreendedora é exercida por um ou mais indivíduos (donos diretos da atividade) em busca da manutenção do negócio, do retorno financeiro, que possibilita a sobrevivência dos indivíduos e seus trabalhos autônomos. Já atividade empresarial é consolidada por normas e regras do mundo empresarial, gerida por acionistas ou grupos maiores que buscam garantir lucros e fatias de mercado.

4.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Segundo Creco (2018), um dos principais indicadores do relatório: *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018* é sobre as motivações dos empreendedores no Brasil; o relatório realiza uma divisão dos empreendedores a partir de sua motivação principal, identificada por meio de entrevista pessoal. Tal motivação pode ser decorrente de oportunidade ou necessidade (subsistência). Assim, classificam os empreendedores por oportunidade como aqueles que afirmam ter iniciado o negócio ao perceberem uma oportunidade no mercado, tendo como principal motivação ser independente ou aumentar sua renda ao invés de apenas mantê-la. Já os empreendedores por necessidade são aqueles que afirmam ter começado o negócio principalmente pela ausência de alternativa para sua ocupação ou geração de renda. Esse tipo de empreendimento, por natureza, é criado como forma de gerar renda e condições de subsistência. O empreendedorismo por necessidade é marcado por alguma ou muitas precariedades em sua condução, como falta de planejamento, de conhecimento de mercado ou de experiência prévia na área de atuação, segundo levantamentos do GEM (CRECO, 2018).

Os países desenvolvidos, e em franco desenvolvimento, ou seja, com renda alta e baixo índice de desemprego, apresentam taxas elevadas de empreendedorismo por oportunidade. Esses dados se justificam, segundo o *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018* (CRECO, 2018), pelas economias mais equilibradas ou em expansão; assim esses países tendem a ter mais oferta de trabalho, o que oferece menos riscos. O Brasil, segundo tal documento, apresenta instabilidade macroeconômica e alto índice de desemprego, o que influencia diretamente no número de empreendedores por necessidade frente ao empreendedorismo de oportunidade. Existe ainda uma discrepância de gênero entre o empreendedorismo de necessidade: 57,2% são mulheres e 42,8% são homens (CRECO, 2018). Fica clara a vulnerabilidade da mulher trabalhadora que, sem posto de trabalho formal, busca empreender por necessidade a fim de garantir a subsistência.

Nesse sentido, o *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018* (CRECO, 2018) aponta que as diferenças do empreendedorismo, segundo a motivação se tornam mais reveladoras quando analisada a escolaridade. Dentre os que empreendem por necessidade, 53% não completaram o ensino médio (soma das duas primeiras classes: fundamental completo e incompleto), enquanto este percentual é de aproximadamente 33% para os que empreendem por oportunidade. Analisando por outra vertente, dois terços dos que empreendem por oportunidade possuem no mínimo o ensino médio completo. Entre os que empreendem por necessidade, esse nível de escolaridade responde por menos da metade do contingente. Isolando apenas a classe dos que têm minimamente o ensino superior completo, eles representam 14% dos que empreendem por oportunidade e menos de 3% dos que o fazem por necessidade.

Assim como a escolaridade, o nível de renda familiar evidencia as características do empreendedorismo brasileiro. Mais de dois terços dos que empreendem por necessidade são indivíduos classificados na menor faixa de renda. Essa proporção é de pouco mais de um terço para os que empreendem por oportunidade. Apenas 13,8% dos empreendedores por necessidade fazem parte dos que possuem faixa de renda familiar maior. Para os empreendedores por oportunidade essa faixa responde por, aproximadamente, 40% do contingente. Verifica-se que 42,5% dos empreendedores por oportunidade mantêm algum vínculo empregatício em tempo integral ou parcial, além da atividade empreendedora em estágio inicial. Para os empreendedores por necessidade, esse tipo de ocupação representa 23,1%, ou seja, pouco mais da metade da representatividade no empreendedorismo por oportunidade (CRECO, 2018).

É diminuta (3,8%) a participação daqueles que afirmam estar desempregados entre os que empreendem por oportunidade, entretanto, eles representam 23,3% dos que o fazem por

necessidade. A participação de donas de casa entre os empreendedores por necessidade (14,5%) é quase 10 pontos percentuais maior do que esta ocupação representa entre os que empreendem por oportunidade. Segundo o relatório: *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018* (CRECO, 2018), entre os empreendedores que optaram por obter o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), além do simples fato de ter a empresa regularizada, nota-se também que, para uma parcela considerável deles (20,6%), pesou o fato de que com a formalização poderiam contribuir para a previdência. O que evidencia a necessidade que esses trabalhadores têm de alguma proteção social.

Percebe-se que no Brasil existe a prevalência de um empreendedorismo de subsistência sustentado por pequenos negócios. É importante ressaltar que todo empreendimento econômico, independentemente de porte e natureza, enseja riscos. Ou seja, o empreendedorismo de necessidade é a receita para o caos e empobrecimento ainda maior da classe trabalhadora.

4.2 A SUBSTITUIÇÃO DO TRABALHO FORMAL

Nos últimos anos, cresceu sensivelmente o número de empresas formalizadas no Brasil, devido aos programas de incentivo como a implantação e ampliação do Simples Nacional³ e o fortalecimento da figura do Micro Empreendedora Individual (MEI). O programa Microempreendedor Individual é uma política pública cujo objetivo é reduzir a informalidade, porém essa política também abriu portas para a precarização dos vínculos empregatícios. Segundo Neis et al. (2020), as empresas estão deixando de contratar por carteira assinada para contratar pessoas jurídicas (MEIs), o que caracteriza um processo denominado “pejotização”. Assim podemos notar que a deterioração dos postos de trabalho e a flexibilização das leis trabalhistas favoreceram o aumento do empreendedorismo. “Nesse processo as pessoas competem por vagas de emprego como empresas que competem em um mercado concorrencial, entretanto, quando as pessoas perdem esse jogo, são empurradas à pobreza” (NEIS et al., 2020, p. 41). Esses dados demonstram que o ato de empreender no Brasil é marcado pela desigualdade, instabilidade e precariedade, o que indica a necessidade de pesquisas e leituras críticas acerca deste tema.

³ Simples Nacional é um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123, de 14.12.2006

A instabilidade é a marca presente nesse modelo de trabalho. O ato de empreender, para grande parte da população desempregada, ou mesmo empregada com salários deteriorados, é visto como a saída possível para as dificuldades financeiras. Mas esse cenário é instável, tudo pode mudar a qualquer momento. É o trabalhador quem precisa dar um jeito frente a todas as adversidades inerentes à atividade de empreender, em qualquer área. Carmo et al. (2020) apontam a década de 1970 como marco para o empreendedorismo, quando ele passa a ser alvo de estudos no campo da gestão e ganha repercussão por meio de discursos que pregam o empreendedorismo como solução para a crise estrutural do desemprego. Esta perspectiva individualiza um problema que é coletivo e estrutural; o desemprego faz parte do pacote de precarização adotado pelos governos ao longo dos anos, como já citado.

Nesta concepção, o desemprego, os postos de trabalhos deteriorados e a precarização em larga escala não são enxergados e debatidos como problemas sociais, mas colocados como falha dos indivíduos. Há assim um amplo discurso de culpabilização dos indivíduos que não conseguem adaptar-se às lógicas das organizações. Para Carmo et al. (2018) o conceito de empreendedorismo foi disseminado através de discursos que o elegeram como a solução para a crise do desemprego. A partir de Gaulejac (2007) podemos entender este raciocínio no qual o desemprego, não sendo visto como um problema social, é visto unicamente como decorrente de uma falha dos indivíduos em se adaptarem às necessidades do mercado.

O discurso de responsabilização do indivíduo teve grande repercussão no Brasil, “a partir da década de 1990, com a eleição de Fernando Collor e as mudanças políticas e econômicas pautadas na transição da agenda constitucional reformista para uma agenda competitiva” (CARMO et al., 2020, p. 2). É importante destacar que, com o passar das décadas e com o acirramento do processo de reestruturação produtiva e as estratégias de precarização, o desemprego / falta de ocupação passou a ser visto como falha do indivíduo em criar uma solução para si através do empreendedorismo de necessidade (culpabilização dos indivíduos - vulgo lógica do “quem quer, consegue”).

Logo, podemos compreender que as mudanças políticas, a reestruturação do mundo do trabalho e a produção discursiva de responsabilização dos indivíduos sobre uma crise coletiva, têm efeitos práticos e reais na sociedade, a exemplo do crescimento do empreendedorismo no Brasil nas últimas décadas. Sem trabalho, sem renda ou qualquer auxílio do Estado, busca-se cada vez mais empreender em busca de sustento e renda. O relatório *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018* (CRECO, 2018) considera empreendedora qualquer pessoa que esteja criando ou já tenha criado algum tipo de negócio, mesmo os gerados pela necessidade de subsistência (empreendedorismo de necessidade). O relatório mostra que,

no Brasil, o número total de empreendedores chegou a 38%, o que equivale aproximadamente a 52 milhões de brasileiros empreendendo em algum negócio. E o discurso que cada vez mais ganha força e torna-se naturalizado na sociedade é que pelo menos tais indivíduos têm um trabalho e não estão passando fome - apesar de estudos como o PENSSAN (2022) apontarem o crescimento da insegurança alimentar nos últimos anos (mesmo dentre as pessoas que possuem emprego).

4.3 IDEOLOGIA A SERVIÇO DA RACIONALIDADE NEOLIBERAL

Segundo Dardot et al. (2016), essa nova configuração social, que transforma cada pessoa num sujeito empreendedor, surge a partir de mudanças econômicas, tecnológicas e no avanço da precarização do trabalho e na retirada de direitos dos trabalhadores. A narrativa do empreendedorismo aparece como uma saída promissora para os trabalhadores que sofrem com a reestruturação do mundo do trabalho. Ser o seu próprio patrão, fazer seu horário de trabalho e ter a possibilidade de lucros substanciais, são algumas das narrativas que reforçam o culto ao empreendedorismo.

O empreendedorismo, forma originária do padrão produtivo toyotista, é um conceito recorrente na economia, na política, na administração e, por conseguinte, amplamente difundido pelos meios de comunicação, especialmente na publicidade financiada pelo Estado. Incorporado pelo senso comum - pelo que se legitima -, essa estratégia capitalista é assimilada como fator de crescimento econômico e de transformação social. De mãos dadas com uma suposta sociedade pós-industrial, espera-se do empreendedor ou da empresa empreendedora que sejam elementos de coordenação e de conexão entre sujeitos e instituições, alguns dos quais ontologicamente opostos (TAVARES, 2018, p. 19).

Tavares (2018) coloca o empreendedorismo como uma modalidade de trabalho informal que, sob o manto da autonomia, faz o sujeito empreendedor imaginar que basta ser patrão - muitas vezes de si mesmo - para ter a chance de mudar de classe social. A realidade, no entanto, pode ser bem diferente quando analisamos mais de perto os negócios que fecham em pouco tempo, o faturamento baixo que muitos empreendedores acabam tendo, as condições de trabalho e os impactos na saúde física e mental. Segundo dados do IBGE (2020), 552 mil empresas de pequeno porte declararam falência em 2020. Esse outro lado do empreendedorismo não aparece, e quando acontece, existem narrativas que reforçam a ideia de que a culpa da falência ou do fracasso nos negócios está no indivíduo, descartando completamente da análise o contexto socioeconômico em questão.

É necessário ressaltar que diante de um cenário de desemprego crescente, cada vez mais pessoas buscam empreender por necessidade para garantir alguma renda mínima para seus sustentos e de suas famílias. Há de se frisar que os microempreendedores estão enquadrados na categoria de trabalho informal quando não aderem ao MEI. O empreendedorismo para sobreviver marca a deterioração do mercado de trabalho formal no Brasil e a inserção cada vez mais crescente de trabalhadores no mercado informal trabalhando por conta própria. Esses indivíduos que estão na informalidade não possuem nenhum direito básico como auxílio-doença, aposentadoria, férias ou renda fixa; sua renda é variável e sofre alteração conforme o volume de serviço prestado ou número de vendas. Sobre isso Tavares aponta:

O empreendedorismo é uma estratégia pela qual é transferida ao trabalhador a atribuição de gerar postos de trabalho, de modo a garantir “ordem e progresso” capitalistas; é um artilheiro engendrado pelo capital e viabilizado pelo Estado, para confundir a oposição das classes sociais; é uma tentativa de obscurecer a figura do trabalhador proletário e, desse modo, pôr fim ao sujeito revolucionário; é, enfim, uma forma pela qual se quer combater o desemprego, sem possibilitar a relação de emprego, na acepção de um contrato pelo qual o trabalhador vende força de trabalho e em troca recebe um salário e a proteção social que, por lei, ainda é garantida aos trabalhadores percebidos como assalariados (2018, p. 110).

Para Carmo et al. (2018), a relação conflituosa entre capital e trabalho, característica do capitalismo, pode ser compreendida através da chave onde o empreendedorismo corresponde a uma ideologia depositária da racionalidade neoliberal. Sua disseminação através de discursos, carregados de estratégias, normas e condutas, almeja naturalizar a forma de dominação capitalista de exploração do trabalho. Frente a isso, podemos ainda acrescentar a perspectiva de Druck:

Considera-se o neoliberalismo em suas múltiplas interfaces: econômica, através do processo de globalização e financeirização da economia, constituindo um novo padrão de desenvolvimento - a acumulação flexível, que tem na precarização do trabalho uma dimensão central; política, com o enfraquecimento das instituições democráticas e dos Estados Nacionais, estabelecendo novas estruturas de poder entre as classes; social, com o aumento das desigualdades, através de um processo inédito de concentração de riqueza e propriedade e de suspensão das políticas de redistribuição de renda; e ideológico, como uma nova “racionalidade” (2021, p. 27).

Assim, o que marca o neoliberalismo é o desmantelamento de todas as formas de social-democracia, portanto, a derrubada dos fundos públicos para os direitos sociais. Todos os direitos sociais são abolidos pelo neoliberalismo e transformados em serviços. A grande privatização neoliberal é a transformação de direitos em serviços que podem ser comprados e dos trabalhadores em empreendedores de si. Assim o neoliberalismo não destrói apenas regras, instituições e direitos, ele também produz certos tipos de relações sociais e formas de viver, ou seja, no neoliberalismo está em jogo a nossa forma de existência (DARDOT et al., 2016).

Ainda, nesta perspectiva, a racionalidade neoliberal deriva do novo espírito capitalista, sustenta-se através da competição generalizada como norma de conduta, onde o modelo de gestão empresarial é o modelo de subjetivação dos sujeitos, transformando-os em homens-empresa. Para Carmo et al., a concepção do empreendedorismo como ideologia pode ser justificada de diversas formas, uma delas é:

A partir da década de 1970, as mudanças no paradigma produtivo, influenciadas pelo modelo japonês de produção, trouxeram novas configurações do perfil do trabalhador: flexibilidade, conhecimento, autocontrole e polivalência, e juntamente com estas capacidades a ideia de participação nas decisões da empresa. A forma mais atual desta harmonia nas teorias administrativas é o empreendedorismo, no qual o sujeito deve ser o empreendedor de si (2018, p. 20).

A narrativa do empreendedorismo aparece como uma saída promissora para os trabalhadores que sofrem com a reestruturação do mundo do trabalho. Para Neis et al. (2020), a ideia acerca de ser empresário de si mesmo transcorre por circunstâncias como a liberdade gerada por relações de trabalho mais flexíveis em termos de horários, e por salários determinados por produtividade, condicionando o indivíduo a se autogerir e se autorregular.

Ser o seu próprio patrão, fazer seu horário de trabalho e ter a possibilidade de lucros substanciais são algumas das narrativas que reforçam o culto ao empreendedorismo. Discursos pautados pela racionalidade neoliberal semeiam o estímulo à competição e ao individualismo, valores organizacionais incorporados à vida dos indivíduos como receita para o “sucesso”, ocultando a precarização e a flexibilização do trabalho (DARDOT et al., 2016). Assim, podemos entender que o empreendedorismo repousa na ideologia neoliberal sendo uma estratégia além de desarticulação da classe trabalhadora e de seu reconhecimento como tal.

O sistema capitalista demanda renovação constante e a faz por meio de ideologias que lhe conferem sentido. Pautadas nessas ideologias está o "espírito do capitalismo" (CARMO et al., 2018, p. 21), formando um conjunto de crenças que fortalecem as narrativas que sustentam a ordem capitalista, e seus modos de vida. Para Dardot et al. (2016) a condição que sustenta o sistema capitalista é conhecida como neoliberalismo. Podemos compreender que o capitalismo é inseparável da história de suas metamorfoses de suas mutações e crises sempre em busca de renovação. Assim Dardot et al. (2016) definem o neoliberalismo como o conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência.

O neoliberalismo promoveu mudanças consideráveis no capitalismo e na sociedade. Assim, o neoliberalismo não se pauta apenas numa ideologia, mas também em um tipo de política econômica, um sistema de crenças pautadas nos valores do mercado que permeia o

mundo contemporâneo e as relações sociais alcançando diversas esferas da vida (DARDOT et al., 2016).

Portanto, o empreendedorismo pode ser enxergado como uma estratégia do capitalismo, na qual o discurso dominante é do indivíduo empreendedor como agente fundamental responsável pelo crescimento econômico e de transformações sociais. Retirando do Estado a responsabilidade pela geração de empregos, bem-estar social e outros direitos que, nesta perspectiva neoliberal, são enxergados como desnecessários aos indivíduos - cada um pode fazer seu próprio destino como se não houvesse outros determinantes sociais nesse processo.

Assim, criam-se discursos sobre liberdade, que o indivíduo empreendedor possui, sendo dono do seu próprio destino, patrão de si mesmo; rotulações carregadas de sucesso e glamourização para trabalhadores precarizados lutando para sobreviver, sem qualquer ajuda do Estado, buscando uma liberdade e sucesso praticamente inalcançáveis em um sistema que cada vez mais busca novas formas de assujeitamento dos indivíduos. Entende-se o empreendedorismo como uma das formas pelas quais o mercado se apropria de todas as horas da vida dos sujeitos que se aliam a essa proposta (TAVARES, 2018, p. 116).

Nessa lógica, a responsabilidade de garantir os direitos básicos e as condições mínimas para a sobrevivência dos indivíduos é retirada da esfera política do bem-estar social (responsabilidade do Estado) e passa a ser de cada indivíduo. Assim, podemos entender os pacotes e medidas neoliberais adotados pelos governos que causam restrições e cortes orçamentários, extinção de políticas públicas, reformas com caráter neoliberal, medidas que conferem aos indivíduos a responsabilidade de garantir sua sobrevivência. Para Carmo et al. (2021) o empreendedorismo surge como solução e o empreendedor é concebido como o sujeito referencial da racionalidade neoliberal.

O empreendedorismo é descrito na mídia e apresentado apenas com seus casos de sucesso: não há falências, desemprego, dívidas ou mesmo crise. Esse mito criado em torno do empreendedorismo sustenta-se em narrativas que se assemelham muito com as dos neoliberais como nos mostra Marilena Chauí:

(...) ao afirmar que os imperativos do mercado são racionais e que, por si mesmos, são capazes de organizar a vida econômica, social e política, introduz a ideia de competição e competitividade como solo intransponível das relações sociais, políticas e individuais. Dessa maneira, transforma a violência econômica em paradigma e ideal da ação humana (...) passa a afirmar como realidades únicas e últimas a superfície veloz do aparecer social a intimidade e privacidade narcísicas, expostas publicamente sob a forma da propaganda e da publicidade, a competição e a vitória individual a qualquer preço (2016, p. 39).

O movimento midiático em torno dos empreendedores não é uma novidade, na verdade esse movimento é bastante antigo.

Entre os séculos XVIII e XIX, empreendedores já atraíam a atenção social devido às grandes fortunas acumuladas, alguns deles são: John Davison Rockefeller, que revolucionou o setor de petróleo em 1870 e criou a Standard Oil Company; Andrew Carnegie, responsável pela construção da primeira ponte que interligava a América, atravessando o rio Mississippi, e por diversas outras construções e Cornelius Vanderbilt, que investiu na construção de ferrovias, além de outros negócios (CARMO et al., 2021, p. 22).

A mídia tem sido ao longo dos anos utilizada para a veiculação dessas histórias de sucesso de indivíduos, outrora pobres trabalhadores, que decidem mudar suas vidas e empreender e se tornam magnatas donos de grandes fortunas. Há sempre a mesma moral por detrás dessas histórias: a moral empreendedora de sujeitos que cansaram de esperar pelo Estado e foram atrás de construir suas grandes fortunas com nenhum dinheiro e grandes ideias, histórias sempre muito romantizadas. Reforçando a narrativa do empreendedorismo para alcançar o sucesso e fortuna; basta apenas seguir alguns passos, algumas regras e modelos que essas figuras ricas seguiram, existe uma fórmula para ser um empreendedor de sucesso. Carmo et al., aponta a estratégia de disseminação dessas ideias:

Para disseminar esses “modelos ideais”, a ideologia neoliberal conta com a indústria do management, representada pelas empresas de consultoria, escolas de administração, além de livros e revistas de gestão e negócios. Essa nova indústria vende o sonho de ascensão, de sucesso e reconhecimento. Por intermédio da ideologia do management e de sua fé inabalável nos valores do mercado, nos procedimentos racionais e no gênio do empreendedor, os valores empresariais invadem a vida pessoal (Wood, 2013), o que é disseminado como algo natural pelo empreendedorismo (2021, p. 22).

Essa construção de estereótipos de sucesso representados pelas histórias de empresários de sucesso são a fonte da difusão da ideologia do empreendedorismo. Marcando sempre a fácil acessibilidade, onde todos podem aprender com esses grandes empresários, seguirem seus passos e assim alcançar sucesso basta se esforçar bastante. Os discursos do empreendedorismo funcionam como referência para a construção de identidades alinhadas a essa ideologia, evidenciando quais padrões de comportamento e de ação são aceitos, o que é reforçado e reproduzido por instituições e instâncias de socialização, que constroem o *habitus* em suas diversas camadas. “Os sujeitos que não se enquadram nesses “modelos” tendem a ser excluídos” (CARMO et al., 2021, p. 23).

Assim, é possível observar cada vez mais a grande influência do mercado de trabalho sobre os hábitos da sociedade. Esses valores oriundos do mundo empresarial revelam uma ideologia na qual os indivíduos tornam-se “empreendedores de suas próprias vidas”. Essa

mudança de paradigma ocorre da sociedade disciplinar para a sociedade de desempenho, segundo Han (2015), onde os sujeitos são mais rápidos e produtivos:

O sujeito de desempenho está livre da instância externa de domínio que o obriga a trabalhar ou que poderia explorá-lo. É senhor soberano de si mesmo. É nisso que ele se distingue do sujeito da obediência. A queda da instância dominadora não leva à liberdade. Ao contrário, faz com que liberdade e coação coincidam. O excesso de trabalho e desempenho agudiza-se numa autoexploração. Essa é mais eficiente que uma exploração do outro, pois caminha de mãos dadas com o sentimento de liberdade. O explorador é ao mesmo tempo o explorado (2017, p. 30).

Nessa lógica, a empresa muda o seu papel na sociedade do desempenho: se antes era vista como um local de exploração da mão-de-obra e da acumulação capitalista, torna-se o modelo de gestão a ser seguido. Apresenta-se como um modelo de gestão da vida dos sujeitos, nos mesmos moldes que a gestão da empresa, através de um discurso pautado fortemente na liberdade. Podemos tomar como exemplo os executivos de grandes empresas vistos como símbolos de sucesso, sujeitos que possuem características importantes como ousadia, iniciativa, eficiência, autonomia e espírito empreendedor. “A partir da análise feita sobre o empreendedorismo, podemos compreender o caráter neoliberal de seus discursos e sua função de camuflagem da realidade das relações trabalho / capital” (CARMO et. al., 2018, p. 11).

Sendo assim, entendemos que o discurso do empreendedorismo isenta o Estado da responsabilidade de garantir direitos básicos e mínimas condições de subsistência para os trabalhadores, e, por conseguinte, coloca-os como únicos responsáveis pelo seu sucesso ou fracasso, numa abstração ideológica que negligencia a importância das variáveis do contexto social. O que se percebe no Brasil é um empreendedorismo de necessidade sustentado por pequenos negócios, já que cerca de 82% dos negócios iniciais estabelecidos não possuem nenhum empregado, ou seja, envolvem apenas um empreendedor individual. Outra característica que sustenta esta interpretação é a estimativa de renda dos empreendedores: segundo o Relatório *Global Entrepreneurship Monitor* Empreendedorismo no Brasil: 2018 (CRECO, 2018), a metade desses negócios tem um faturamento de até R\$ 12 mil por ano, o que representa cerca de menos de um salário-mínimo por mês. Para Tavares (2018), o empreendedorismo é uma categoria de trabalho informal, que, com o discurso da autonomia, coloca o sujeito empreendedor como patrão e com a oportunidade de ascensão social.

Outra alternativa, mais recente do que o empreendedorismo, encontrada por trabalhadores (desempregados ou insatisfeitos em seus atuais postos de trabalho) para alcançarem valorização no mercado de trabalho (qualificação/otimização) é o processo de *coaching*, ferramenta de treinamento que busca promover a visão de sujeitos possuidores de um

capital pessoal (o potencial) e que pode ser desenvolvido, expandido e gerido com os mesmos preceitos de uma empresa.

5. O SURGIMENTO DO *COACHING*

O conceito de *coaching* possui amplas definições e interpretações, portanto, ainda não há consenso sobre o termo. Em tradução livre do inglês, o termo *coaching* significa treinamento, sendo o *coach* treinador, e o *coachee* quem está em treinamento num determinado processo de aprendizagem. Para Oliveira-Silva et. al (2018), o *coaching* apresenta-se na atualidade como uma área de atuação diversa, emergente e amplamente difundida.

Segundo a definição de Salles et al. (2019), o *coaching* pode ser entendido como um processo de aprendizagem cuja finalidade é capacitar os trabalhadores, de maneira a articular procedimentos individuais e coletivos que objetivam alcançar as metas traçadas pela empresa - sem deixar de ter em vista o desenvolvimento pessoal dos profissionais envolvidos. É um processo de facilitação na gestão de pessoas com foco amplo na melhoria de desempenho (individual e empresarial):

o coaching, originalmente, está sempre associado à figura de um gestor, cuja incumbência é desenvolver habilidades e competências em seus funcionários de forma que os resultados organizacionais sejam alcançados de maneira suficiente ou, até em certa medida, extraordinários –no sentido daquilo que foge do usual, do regular, do comum, do ordinário. (SALLES et al., 2019, p.7)

Nessa ótica, pode-se compreender o *coaching* como uma proposta desenvolvida por uma pessoa em posição de poder, que faz parte do topo da gestão da organização, que deseja capacitar seus trabalhadores de uma certa maneira para executar o trabalho. Ou seja, existe uma relação de hierarquia na aplicação das técnicas do *coaching*. Trata-se de um processo em que alguém que se encontra num ponto superior da hierarquia empresarial - entendido como mais capaz - envolve-se na tarefa pedagógica de ensinar um trabalhador hierarquicamente inferior (trabalhador menos capaz). De acordo com Salles et al (2019), o *coaching* é associado à posição de gestão, a um certo grau de poder. Atualmente estima-se a presença de 73 mil profissionais *coaches* no Brasil (DIÁRIO DO COMÉRCIO, 2019). *Coaching* é uma prática, não regulamentada, que oferece um conjunto de técnicas, conhecimentos e ferramentas que visam o desenvolvimento humano.

No congresso brasileiro tramitam quatro projetos de Lei que visam a regulamentação da prática do *coaching*: PL 3.550/2019, PL 3.581/2019, 3.970/2019 e PL3.553/2019. Havia também uma sugestão de projeto de Lei que previa a criminalização da prática do *coaching* (SUG. 26/2019) que foi arquivada pelo relator da comissão, com a justificativa de que não é possível penalizar legalmente uma prática que não é regulamentada, logo, ela não existe. Há de se destacar um Projeto de Lei (PL 5554/2009) cuja proposta de regulamentação do profissional

de *coaching* (*coach*) foi arquivada em 2012. O PL já apontava a rápida e caótica adoção da prática no Brasil:

O processo de coaching vem ganhando novos adeptos, em ritmo acelerado, no Brasil e no mundo, o que se reflete numa proliferação de organizações, federações e associações por todo o globo. Os profissionais que buscam a formação específica em coaching possuem formação tão diversa como psicologia, advocacia, medicina, engenharia, serviço social etc. Seu público-alvo são milhares de pessoas que procuram um processo objetivo de realização de metas, com vistas, em linha geral, à melhoria de sua qualidade de vida (DIÁRIO DA CÂMARA DOS DEPUTADOS, agosto de 2009, p .37324).

Com o arquivamento do PL, o *coaching* continua sendo uma prática não regulamentada no Brasil, ou seja, sem padrão de atuação, o que impede que tal prática seja tratada como profissão. Porém, a falta de regulamentação não impediu a altíssima proliferação de programas de capacitação em *coaching* no Brasil. Segundo Oliveira-Silva *et al* (2018), embora ainda recente no Brasil, essa perspectiva de treinamento e desenvolvimento de competências popularizou-se atingindo uma amplitude de serviços.

O *coaching*, assim como o empreendedorismo, é uma das estratégias de exploração que serve à racionalidade neoliberal - tais estratégias ganham grandes contingentes de adeptos neste cenário de crise socioeconômica e de sucessivas reformas políticas precarizantes. Dardot e al. (2016) afirmam que, de acordo com o pensamento neoliberal, o mercado é um processo de autoformação do sujeito econômico, motivado psicologicamente e dotado de competências específicas, um processo subjetivo autoeducador no qual o indivíduo constrói a si mesmo:

O ser referencial desse neoliberalismo não é primeiro e essencialmente o homem da troca que faz cálculos a partir dos dados disponíveis, mas o homem da empresa que escolhe um objetivo e pretende realizá-lo. Von Misses deu a fórmula desse homem: “Em toda economia real e viva, todo ator é sempre empreendedor” (DARDOT et al., 2016, p 140).

Diante de um contexto de escassez e recessão econômica, buscamos compreender quais seriam os pressupostos ideológicos fundamentadores do discurso *do coaching* e suas semelhanças com o discurso do empreendedorismo. Nossa hipótese é que ambos dialogam com a lógica neoliberal das relações de trabalho, levando à normalização da precarização do trabalho e as suas ramificações sociais.

Para Oliveira-Silva et al. (2018), apesar do *coaching* ter atingido grande expansão no campo prático, existem aspectos essenciais em discussão quanto à fundamentação teórica e definição de conceitos. Do ponto de vista essencialmente técnico, os elementos constitutivos do processo de *coaching* corporativo são:

- **Coach** - pessoa responsável por coordenar o processo, é vista como simplificadora do processo educativo cuja finalidade é promover uma transformação pessoal no cliente (*coachee*).

- **Coachee** –

pessoa em busca de aperfeiçoamento, nos âmbitos profissional ou pessoal, que passa pelo processo de educação do coaching conduzido pelo coach. É o aprendiz que define seus próprios objetivos e traça suas próprias metas de forma a alcançar determinados resultados sob a facilitação do coach (SALLES et al, 2019, p. 9).

- **Definição de objetivos** - é o *coachee* quem define os objetivos e metas que norteiam o processo de aprendizagem do *coaching*. No caminho a ser trilhado rumo ao alcance dos objetivos, o *coach* tem papel de facilitador de todo o processo através de técnicas e ferramentas de otimização e eficiência.

- **Interatividade** - o processo de *coaching*, visto como um procedimento de transformação dos trabalhadores, requer interação contínua entre *coach* e *coachee* na perspectiva de caminhos a serem tomados, refletindo criticamente a respeito dos obstáculos e oportunidades, pontos fracos e fortes ensejados no processo, de modo que o processo educativo de *coaching* seja bem-sucedido.

Segundo Salles et al. (2019), atualmente, no mundo empresarial muitas respostas para os problemas enfrentados pelas organizações são encontradas através do desenvolvimento de competências pessoais determinadas pelo contexto em vigência encarado pelos trabalhadores. Para isso, torna-se necessário abrir espaço para a autonomia dos sujeitos envolvidos na tarefa em questão; daí, nasce o sentido de que a gestão pode oferecer condições de desenvolvimento humano a fim de construir, a partir da capacitação do indivíduo, sua identidade e seu desempenho na realidade do trabalho. Um novo caminho para enfrentar as mudanças. O trabalhador, ao invés de apenas repetir execuções ordenadas através da prescrição feita pela gestão da organização, passa a ter como obrigação uma maior capacidade de análise e de tomada de decisão (agilidade).

O cenário corporativo passa a ser encarado como um ambiente de aprendizagem, no qual passam a ser demandadas diversas ferramentas e técnicas tidas como facilitadoras do processo de desenvolvimento humano - o coaching aparece em destaque entre elas: o coaching se torna, então, um instrumento central para o desenvolvimento humano, um processo que instrumentaliza a busca por um perfil profissional de resultados rápidos, isto é, um processo que viabiliza o triunfo ágil (SALLES et al., 2019, p. 1).

Sob tal ótica, o *coaching* é visto como um processo acelerador do desenvolvimento do potencial de cada trabalhador, visando facilitar o desempenho laboral - com destaque para o uso instrumental do *coaching* (por parte de grupos empresariais) no contexto de gestão de equipes de trabalho.

Além da alta performance que é alçada como um dos principais elementos e valores que orientam as novas condutas observadas no campo gerencial. Essa ideia se reflete na necessidade de as empresas promoverem permanentemente a capacitação profissional, especialmente dos líderes (TEIXEIRA, 2016, p. 183).

Oliveira-Silva et al. (2018) observam que, ao longo do tempo, o termo *coaching* tem sido utilizado principalmente nas áreas esportiva, da educação e do trabalho. Entendido como uma ferramenta de ensino e instrução, bem como um estilo de gestão de pessoas, que busca uma excelente performance no desenvolvimento pessoal. E, de maneira crescente, tem adotado elementos utilizados em abordagens terapêuticas da psicologia e de outros saberes para incorporar em suas práticas. Em linhas gerais, o *coaching* consiste num conjunto de técnicas que visam o desenvolvimento pessoal e capacitação profissional. O *coach* prepara o *coachee* para enfrentar as dinâmicas internas e os dilemas profissionais, além de auxiliar na organização da vida íntima. Trata-se de um tipo de consultoria que se utiliza de métodos e técnicas diversas para auxiliar o *coachee* na conquista de suas metas, através da “identificação de problemas”, “eliminação de hábitos improdutivos”, pretensamente ajudando assim o sujeito a assumir o “controle de sua vida”.

5.1 VIÉS COMPORTAMENTAL DO COACHING

Segundo Salles et al. (2019), etimologicamente o termo *coach*, em vez de ser adotado em sua aplicação mais direta e usual (*coach* sendo traduzido como treinador), passa a assumir o sentido original de cocheiro, aquele que conduz (*coachman*). Sob esta ótica da condução, o processo de *coaching* é idealizado como procedimento educativo que visa não apenas a melhoria de desempenho técnico, mas também comportamental. Kilburg (2007) sustenta este enfoque considerando que no *coaching* há uma relação entre pessoas em que ocorre a utilização de metodologias, técnicas e ferramentas comportamentais, típicas da esfera da psicologia, mediante as quais é possível atingir objetivos promotores de melhoramentos tanto em aspectos técnicos quanto em aspectos pessoais dos trabalhadores.

Salles et al. (2019) afirmam que grande parte das definições que buscam delimitar o conceito de *coaching* giram em torno de visões propositivas que ensejam a capacitação de

peças para que tomem decisões rumo ao investimento em suas potencialidades, através de desafios sobre a forma de fazer e sobre a forma de pensar a respeito de suas práticas e comportamentos laborais. Sob tal conceituação, tendo o *coaching* como processo de melhoria e desempenho dentro das organizações, o *coaching* se apresenta como orientador num processo que visa superar barreiras e promover mudanças culturais da empresa. Assim, existem dois ângulos de suma importância na atuação dos *coaches*. O primeiro lida com a parte técnica e objetiva do trabalho (conhecimentos sobre o negócio, gestão e tudo o que for relacionado à parte específica da organização em si). O segundo ângulo foca na parte subjetiva do trabalho (aspectos psicológicos e cognitivos - comportamento humano).

O conceito de espiritualidade, para Salles et al (2019), pode ser entendido como a perspectiva de vida dos trabalhadores que influenciam toda sua produção laboral. Os autores reconhecem que não há definição clara sobre o conceito, porém, apontam que é consenso que a espiritualidade organizacional está atrelada à filosofia de vida que, por sua vez, é subjetiva de cada trabalhador. Segundo Boff (2006), a espiritualidade é algo que enseja mudança interior em cada indivíduo, relacionando-se com a experiência prática (em detrimento de doutrinas, ritos ou celebrações); é uma maneira de vivenciar o mundo.

A espiritualidade organizacional é a noção de que a consumação do trabalho em um ambiente compartilhado entre pessoas se inicia a partir da relação com a vida interior de cada um dos trabalhadores. Trata-se de uma vivência transcendental, compartilhada por valores culturais, por meio da qual ocorre um laço significativo de ligação entre os indivíduos através de cada etapa / processo laboral (SALLES et al, 2019, p. 13).

Sob tal ótica, a espiritualidade organizacional recebe um viés motivacional: passa a ser enxergada como uma ferramenta cujo propósito é o de conduzir os trabalhadores ao desempenho mais produtivo.

A espiritualidade organizacional pode ser vista, então, como uma relação com uma força superior, como um estado de ser ou estado de espírito, como conectividade holística, como ética e valores, como sabedoria das tradições religiosas, como busca de sentido e significado, como senso de vocação, como inspiração para modelos de gestão e liderança, como fundamento do sucesso e/ou como dimensão do humano (SALLES et al., 2019, p.13).

É importante ter em mente que, apesar de todas as bases e premissas apresentadas levarem a crer no potencial positivo e libertador da espiritualidade organizacional, Pagès et al. (2007) alertam para os perigos da exploração subjetiva oriundos do poder das organizações. Os autores apontam os riscos dos apelos à subjetividade dos trabalhadores, dos potenciais existentes de engajamento voluntário para um aumento contínuo de produtividade, sob ameaça

constante de desemprego. Sob tal prisma, as organizações se constituem como entes dotados de um poder doutrinário, que alicia seus trabalhadores para que adotem os valores e crenças da organização e que se dediquem absolutamente ao culto corporativo expressando-se através das atitudes e, principalmente, da alta produtividade no ambiente de trabalho.

Antunes et al. (2004) alertam que no contexto atual, de mundialização do capital e precarização das condições de trabalho (desemprego estrutural e empobrecimento da classe trabalhadora), fica evidente a presença de uma materialidade, externa aos trabalhadores e trabalhadoras, que inibe cada vez mais a subjetividade autêntica dos sujeitos - o que podemos entender como captura das subjetividades feita pelo capital. Tal processo de reificação da subjetividade dos trabalhadores e trabalhadoras, iniciado no ambiente laboral, se espalha para além das relações profissionais atingindo com nítidas repercussões na esfera da vida privada, da vida em sociedade. Os autores afirmam que tal domínio do capital na vida fora do trabalho coloca barreiras às possibilidades de desenvolvimento de uma subjetividade autêntica, o que tende a impedir a autodeterminação da personalidade.

5.2 ÉTICA PROFISSIONAL, COACHING E PSICOLOGIA

A Psicologia, campo fundamentalmente explorado pelo *coaching*, deve estar atenta a quais aparatos deste campo o *coaching* se utiliza. Ressaltando que a Psicologia é uma ciência e profissão regulamentada, o Conselho Federal de Psicologia (CFP) emitiu uma nota orientativa a seus membros, a fim de esclarecer os limites éticos e práticos da categoria ao oferecer os serviços de *coaching* em sua prática. Cada psicólogo deverá seguir rigorosamente os princípios do Código de Ética da classe. O CFP segue orientando que todo profissional baseará seu trabalho no conhecimento técnico, científico e ético da profissão. E zelará pela garantia dos serviços prestados, visando a proteção da população atendida. Destaca ainda que, embora não exista uma regulamentação legal e específica para a utilização do *coaching*, esta prática tem por característica ser um processo breve e que se propõe a auxiliar o indivíduo a alcançar seus objetivos previamente definidos, partindo de técnicas que transitam em campos de atuação que permeiam o autoconhecimento e o desenvolvimento humano. Dessa forma, o Conselho Federal de Psicologia pressupõe em sua nota que o trabalho do (a) psicólogo (a) na utilização do *coaching* é de extrema importância para a realização de um trabalho que vise a proteção e garantia do cuidado com a sociedade.

É necessário ressaltar que, ao exercer o coaching, enquanto psicóloga(o), a(o) profissional está sujeita(o) à totalidade do Código de Ética (Res. CFP n. 010/2005), devendo respeitar seus princípios fundamentais, conhecer e cumprir com suas responsabilidades, garantindo que seu trabalho seja baseado no respeito, na promoção da liberdade, da dignidade, da igualdade e da integridade do ser humano, visando promover a saúde e a qualidade de vida das pessoas. Sempre com o compromisso de que sua atuação não caracterize negligência, preconceito, exploração, violência, crueldade ou opressão, não induzindo a convicções políticas, filosóficas, morais, ideológicas, religiosas, raciais, de orientação sexual e identidade de gênero (CFP, 2019, s.p.).

O documento produzido pelo CFP orienta a prática da categoria ao incorporar o processo de *coaching*. Mas, em relação ao *coaching* em si, como não se trata de uma profissão regulamentada, não existe nenhum código de ética e parâmetros para a atuação. Além disso, profissionais das mais diversas áreas do conhecimento têm se intitulado *coaches* em inúmeras áreas de atuação, utilizam-se do *coaching* como instrumento de trabalho para intervir na vida dos indivíduos. É o que podemos observar quando acessamos plataformas como o *Youtube* e lá encontramos diversos conteúdos sobre o *coaching*, que tratam de questões da vida cotidiana de forma prática, quase que como “num passe de mágica”, com discurso forte e motivador indicando passos simples e práticos para alcançar uma vida abundante, dentre tantas outras promessas de sucesso.

A Psicologia, enquanto ciência e prática profissional, baseia seu trabalho em estudos, pesquisas científicas e experimentações desenvolvidas dentro de cada vertente da mesma, além de possuir um único código de ética que deve ser seguido pelos profissionais psicólogos. Já o *coaching* no Brasil não possui regulamentação e ainda não é possível encontrar um número expressivo de pesquisas acadêmicas sobre o assunto desenvolvidas no país.

Esse é o contexto teórico dissonante da realidade prática da atuação do *coaching*, que a cada dia mais ganha novos profissionais oriundos das mais diversas áreas do conhecimento. É interessante observar que este crescimento vem ao encontro a uma crise financeira e altas taxas de desemprego que o país registra nos últimos 4 anos. Segundo o IBGE, o Brasil soma 16,2 milhões de pessoas fora do mercado de trabalho, entre desempregados e desalentados. Em face de tal cenário, o *coaching* se apresenta como alternativa para aqueles que não conseguem se enquadrar num mercado cada vez mais encolhido e que tem mudado muito a partir da flexibilização das leis trabalhistas.

A nota orientativa do CFP esbarra em outro ponto importante quando pensamos em profissionais atuando como *coaches*, sem necessariamente serem formados em Psicologia, e os serviços que oferecem. As sessões de terapia são exemplos disso. Sessões que prometem solucionar traumas emocionais, curar a depressão, além de tratamentos para ansiedade,

caminhos para relações perfeitas e carreiras de sucesso. Com as mais diversas técnicas incluindo aparatos da Psicologia, a mesma nota orientativa assinala:

Qualquer profissional que não esteja inscrito no CRP, e que se utilizar de métodos e técnicas privativas da(o) psicóloga(o) durante sessões de coaching, ou que desenvolva, de alguma forma, atribuições restritas à Psicologia, estará incorrendo em exercício ilegal da profissão, de acordo com o art. 30 da Lei nº 5.766/71, e art. 47 da Lei das Contravenções Penais, sob pena de prisão simples ou multa (Decreto-lei Nº 3.688, de 3 de outubro de 1941) (CFP, 2019, s.p.).

5.3 O COACHING NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Os serviços oferecidos pelos *coaches* brasileiros continuam sendo amplamente disseminados na internet, através de plataformas digitais como o *YouTube*, independentemente da regulação da prática. É fácil encontrar algum conteúdo relacionado aos serviços oferecidos por diversos *coaches* com as mais diversas formações. Basta uma busca rápida na internet e encontraremos inúmeras denominações como: *coaching* executivo, *coaching* educacional, *coaching* de relacionamentos, *coaching* financeiro, *coaching* para o amor, *coaching* para liderança, *coaching* para negócios, *coaching* para empreendedorismo, *coaching* holístico, *coaching* espiritual e até *life coaching* (*coaching* para a vida).

De imediato é fácil ter algumas conclusões sobre o *coaching* e pensar que tal fenômeno seja uma exemplificação do que encontramos em livros de autoajuda; ou podemos facilmente concluir que é uma espécie de “guru” motivacional. Essas observações apressadas podem nos cegar para o que está além dessas conclusões iniciais. O *coaching* tem crescido exponencialmente no Brasil, em especial nos últimos anos de crise socioeconômica. É possível encontrar uma infinidade de promessas de mudanças que inundam os *feeds*⁴ das redes sociais brasileiras, calcadas em discursos motivacionais que estimulam a competitividade e a autorresponsabilidade dos indivíduos. Esse discurso parece estar muito afinado com a lógica precarizante que tem regulado as relações no âmbito do trabalho e da vida íntima dos sujeitos. O fenômeno do *coaching* tem algo a nos revelar sobre a configuração atual do mundo do trabalho.

⁴ Palavra de origem da língua inglesa significa alimentar. No caso, o internauta que não tem tempo para navegar por vários sites à procura de conteúdo seria “alimentado” com todas as atualizações que ele normalmente buscaria. <https://www.tecmundo.com.br/rss/252-o-que-sao-feeds-.htm>

Segundo dados do *YouTube Insights*⁵ (2017), 95% da população online brasileira acessam a plataforma pelo menos uma vez ao mês, perfazendo uma estimativa de 98 milhões de usuários online (CIRIACO, 2017). O consumo de vídeos na internet cresceu 135%: isso evidencia o expressivo papel do *YouTube* na inovação da forma com que os usuários consomem conteúdo. 29,8% dos usuários buscam a plataforma para se informar (GOOGLE, 2018). Em virtude da pandemia, plataformas digitais como o *YouTube* têm se estabelecido como pontos de sociabilidade em tempos de isolamento. Segundo dados do *Think With Google* (CAMPOS, 2020), no Brasil foram mais de 105 milhões de usuários adultos conectados transmitindo conteúdo e trocando vivências entre si. É notória a importância que a plataforma tem no hábito de consumo de conteúdo do brasileiro; cada vez mais os usuários se informam e são influenciados por conteúdos em plataformas online como o *YouTube*.

O pensamento neoliberal, segundo Dardot et al. (2016), enxerga todo indivíduo como um empreendedor em potencial, e que esta é uma das características da economia de mercado: fomentar este traço fundamental da humanidade (autogestão empreendedora). Tal noção se aproxima muito do conteúdo veiculado amplamente nas mídias digitais sob a forma de propaganda do *coaching*; ideais como “ser seu próprio patrão”, “fazer seu horário de trabalho”, “ter a possibilidade de enriquecer”, “ser produtivo”, ou seja, a dimensão empresarial passando a ser constitutiva do cotidiano da pessoa comum. Assim o fenômeno do *coaching* pode ser compreendido a partir do processo de reestruturação produtiva neoliberal.

Esse discurso que o *coaching* traz sobre empreendedorismo, através de um arcabouço meritocrático, suscita dúvidas de sua aplicabilidade e eficácia frente ao cenário de crise socioeconômica brasileira dos últimos anos (2015 em diante) - contexto de crescente desemprego e empobrecimento (JORNAL NACIONAL, 2021).. Considerando o cenário exposto sobre o fenômeno do *coaching*, é possível presumir que tal prática tenha um importante impacto nos processos de trabalho, sendo um dos efeitos da reestruturação produtiva inerente ao indelével processo de precarização social do trabalho descrito aqui neste trabalho.

Desde 2015, a crise econômica que o Brasil atravessa vem ensejando uma fase de reformas de agenda neoliberal realizando a demolição completa dos direitos trabalhistas no país (ANTUNES, 2018). Caracterizada pela privatização do que ainda resta de empresas estatais, pela flexibilização completa dos direitos do trabalho no Brasil (Reforma da Previdência,

⁵*YouTube Insight* é um relatório que reúne dados de algumas das principais categorias do site a fim de oferecer matéria-prima para o planejamento de agências e marcas. (CIRIACO, 2017).

Reforma Trabalhista, PEC 95, a possibilidade de uma Reforma Administrativa), denota o que muitos autores definem como precarização do trabalho:

Não existem, nesse sentido, limites para a precarização, apenas formas diferenciadas de sua manifestação. Formas capazes de articular em uma única cadeia produtiva desde o trabalho terceirizado, quarteirizado, muitas vezes realizado na casa dos próprios trabalhadores, até aquele intensificado ao limite desenvolvido nos ambientes “modernos” e “limpos” das corporações mundiais (ANTUNES, 2018, p. 142).

Ainda, segundo Antunes (2018), tamanha pressão pela capacidade de resposta dos trabalhadores às demandas do mercado transformou o ambiente de trabalho - seja qual for sua configuração - num espaço de adoecimento; aliado a isso um crescente processo de individualização do trabalho e ruptura dos laços de solidariedade antes presentes entre os trabalhadores.

É impossível pensar em saúde do trabalhador numa cultura que promove o adoecimento e a sua hiperexploração. Insegurança laboral, receio de perder o emprego e a consequente vulnerabilidade associam-se à baixa autoestima e a sentimentos de humilhação e desespero, especialmente em contextos de falta de suporte social, nos quais a situação de desemprego pode levar à carência dos bens essenciais, nomeadamente alimentação, para o trabalhador e para a sua família.

Esse discurso que o *coaching* traz sobre empreendedorismo, através de um arcabouço meritocrático, suscita dúvidas de sua aplicabilidade e eficácia frente ao cenário de crise socioeconômica brasileira dos últimos anos (2015 em diante) - contexto de crescente desemprego e empobrecimento.

6. TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Esta pesquisa consiste em um estudo qualitativo, de natureza exploratória, realizado por meio de análise documental videográfica, além de revisão bibliográfica. Pesquisar o *coaching* é um desafio tendo em vista a noção de que é impossível se atingir a totalidade na realização de uma pesquisa. Há que se considerar as limitações na coleta de dados, ditadas pelo tempo (do mestrado) e apreensão por parte da pesquisadora frente à imensidão e do dinamismo da internet. Consideramos, entretanto, que apesar de ser uma tarefa desafiadora, a pesquisa é de suma importância, pois, a cada ano vemos o crescimento exponencial da importância da internet, das redes sociais, e dos conteúdos veiculados que bombardeiam os *feeds* dos dispositivos que nos cercam diuturnamente.

O crescimento exponencial do *coaching*, sem qualquer regulamentação ou estudo mais profundo acerca do tema, torna necessária a pesquisa. Por ser uma prática não regulamentada, é difícil encontrar fontes oficiais que compilem dados a respeito do tema. No âmbito acadêmico, quase nada se produziu a respeito do tema nos últimos anos. Segundo Oliveira-Silva et al. (2018), no cenário nacional de produções acadêmicas, até 2015, não havia nenhum artigo em periódicos indexados que abordassem o tema. Com base nesse dado foi feita uma busca com os termos “*coaching*”, “*coach*” e “*coachee*” nas plataformas LILACS, SCIELO, BVS e Google acadêmico, sendo possível identificar uma escassez de estudos científicos acerca do tema em língua portuguesa. O baixo número de produções acadêmicas sobre o *coaching* se mantém inversamente proporcional ao movimento em franca ascensão da prática no Brasil.

A respeito do recorte territorial, a plataforma *YouTube* foi escolhida em virtude de sua importância e adoção por parte do público digital. De acordo com dados publicados pelo *Google* (2020), o *YouTube* é o segundo site mais acessado do mundo, ficando atrás apenas da ferramenta de busca *Google*. Além disso, a plataforma de vídeos consolidou-se como o segundo maior buscador da internet, ou seja, transcende sua funcionalidade original, transformando-se num meio de entretenimento, diversão, busca por informação, aprendizagem etc. No Brasil, 80% dos usuários diários da internet se utilizam da plataforma agregadora de vídeos.

O *YouTube* é uma plataforma digital e como tal marcada por mudanças dinâmicas, tanto do aspecto dos vídeos como de sua organização. É difícil ter acesso aos dados mais detalhados da plataforma, tendo em vista que a mesma pertence a uma empresa privada que possui uma política fechada sobre seus dados. A diversidade de conteúdos encontrados na plataforma *YouTube* chama a atenção pela infinidade de seu acervo, bem como sua constante oscilação em números e acessos. O que hoje pode estar em alta nas buscas e visualizações da plataforma

amanhã pode não ser mais relevante, essa dinâmica traz alguns desafios para a pesquisa em ambiência digital.

Para Burgess et al. (2009) é importante compreender o *YouTube* como um site de cultura participativa. Para entendermos a sua dinâmica é importante compreender que a plataforma ao mesmo tempo possui um acervo infinito, alimentado pelos usuários com vídeos em domínio público, o acesso aos dados e estatísticas da plataforma não é totalmente público. Como argumenta Hine (2020), a internet pode ser interpretada simultaneamente como um local cultural, onde as pessoas fazem coisas, e como um artefato cultural, que se torna significativo dentro de outros contextos. Outro desafio imposto à pesquisa é o sistema de busca da plataforma. Ao inserir as palavras-chave para a busca podemos supor que devido ao seu grande acervo o resultado no melhor cenário nos apresenta um resultado genérico sobre o conteúdo no site. Assim foi necessário fazer uma busca criteriosa e manual pelos vídeos que possuíam a abordagem desejada para a pesquisa. O algoritmo da plataforma segundo Burgess et al.(2009) tem uma estrutura imposta aos usuários, ou seja, o que achamos dentro da plataforma em sua ferramenta de busca não é algo orgânico e sim direcionado por escolhas feitas pela IA (Inteligência Artificial) da plataforma. Ao em vez de surgir de maneira orgânica por meio de prática coletiva, ou seja, de acordo com o que é mais consumido e acessado pelos usuários. Assim um dos desafios da pesquisa é ir além do que nos é apresentado no primeiro momento pela plataforma, sendo necessária uma busca manual pelos vídeos desejados.

Diante da vastidão de vídeos sobre o tema *coaching* / empreendedorismo, a coleta de dados da pesquisa resumiu-se à seleção de dois vídeos - desenvolvida por meio de pré-análise de vídeos encontrados através de uma busca no *YouTube* (configurado no idioma português do Brasil), mediante uma triagem dos resultados, atendendo aos seguintes critérios: número de visualizações; *thumbnail*⁶ mais chamativa; e perfil do *coach* discursando. Essas produções audiovisuais incluem temas restritos a empreendedorismo e *coaching*. A transcrição feita dos trechos mais relevantes do vídeo para essa pesquisa, não tiveram qualquer correção, foram transcritos exatamente como foram enunciados pelos *coaches*. Para a busca foram utilizadas as seguintes palavras-chave “*coaching*” e “empreendedorismo”. Além dos critérios de seleção listados acima, vale ressaltar como critério de inclusão na pesquisa, a seleção de vídeos postados

⁶ *Thumbnail*: é uma versão em miniatura de imagens usadas na Internet para facilitar as buscas. O nome em inglês significa "unha do polegar", indicando algo pequeno. No *YouTube*, a *thumbnail* é também conhecida como “miniatura personalizada”. Ela é responsável por trazer uma previsão sobre o que será tratado no vídeo. (<https://rockcontent.com/br/blog/thumbnail/>)

por brasileiros que contêm linguagem oral expressa em português e que foram publicados por canais dedicados à temática do *coaching*. Embora a Internet em si mesma seja muito grande para conhecer, podemos explorar de forma útil o que as pessoas, em situações particulares, fazem dela (HINE, 2020). Segundo Burgess et al. (2009), o *YouTube*, mais ainda do que a televisão, é um ambiente de estudo particularmente instável, marcado por mudanças dinâmicas, tanto em termos de vídeos como de organização e diversidade de conteúdos que caminham em um ritmo diferente do televisivo.

Após a etapa de seleção, os vídeos foram submetidos à análise do discurso. Podemos dizer que o discurso é o local onde se pode verificar a relação entre a língua e a ideologia, além de verificar como os efeitos de sentidos são gerados através dos enunciados (DA SILVA, 2017). Para Orlandi (1999), na análise do discurso ocorre um passo inicial feito entre o material discursivo bruto coletado e o objeto discursivo através da materialidade linguística: o que é dito, quem está dizendo, em que contexto o discurso foi feito etc. Sobre a análise do discurso enquanto método, Foucault assinala:

[...] o discurso - como a psicanálise nos mostrou - não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que - isto a história não cessa de nos ensinar - o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar. (1996, p. 10)

Mediante o que se apresenta na sintaxe e no processo de elocução, no qual o sujeito do discurso se inclui no que diz, é possível encontrar pistas que auxiliam na compreensão da maneira pela qual o discurso pesquisado se textualiza. Orlandi (1999) alerta para a necessidade de darmos conta do domínio da enunciação que pode levar o analista ao erro de encarar o discurso pesquisado como única forma de expressão (textual da enunciação). É importante, no passo inicial da análise, trabalhar buscando evitar o erro apontado por Orlandi. Há de se construir, a partir do material bruto analisado, um objeto discursivo no qual analisamos o que nele é dito e o que é dito noutros discursos, noutras configurações afetadas por diferentes condicionantes. Foucault (2012) afirma que os discursos devem ser tratados como práticas descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também se ignoram ou excluem.

Assim, podemos entender que o objeto discursivo, tal como apresentado por Orlandi, não é dado objetivamente e é construído através do trabalho do analista. Para chegar até ele, é fundamental transformar os dados empíricos de um discurso concreto num objeto teórico (que Orlandi chama de objeto linguisticamente dessuperficializado). Tal transformação se dá através de uma primeira abordagem analítica que examina criticamente a ilusão de “realidade” do pensamento do sujeito do discurso. Só assim é possível dar entrada no processo discursivo

efetivo, deixando de lado o produto acabado. Para Orlandi, a análise justamente serve para deslocar o sujeito da ilusão discursiva que sobrepõe palavras, ideias e coisas. O ponto de partida da análise do discurso enseja compreender como um objeto simbólico produz sentidos, assim, o procedimento demanda um movimento pendular constante entre consulta à teoria, consulta ao corpus do discurso e análise.

Começamos por observar o modo de construção, a estruturação, o modo de circulação e os diferentes gestos de leitura que constituem os sentidos do texto submetido à análise. A partir desse momento estamos em condição de desenvolver a análise, a partir dos vestígios que aí vamos encontrando, podendo ir mais longe, na procura do que chamamos processo discursivo (ORLANDI, 1999, p. 67).

Neste sentido, a análise do discurso, assim entendida, não desvenda a universalidade de um sentido; ela mostra à luz do dia o jogo da rarefação imposta, com um poder fundamental de afirmação. Assim entendemos que o discurso não pode ser inteiramente decodificado, entendido em sua totalidade. A rarefação e afirmação, enfim, da afirmação e não generosidade contínua do sentido, e não monarquia do significante (FOUCAULT, 2012). As palavras reproduzem sentidos de discursos que já foram praticados, pensados ou possíveis. É de tal forma, segundo Orlandi, que a história se faz presente na língua. Processos como a paráfrase, metáfora, sinonímia são exemplos da capacidade historicizante da língua. Fatos passados ensinam sentidos, e os sujeitos dos discursos transitam entre o real da linguagem e o da história, gerando gestos de interpretação. Cabe ao analista encontrar pistas dos gestos de interpretação no texto discursivo (tecidos na historicidade).

Assim, através do trabalho de análise é possível desnudar o modo de constituição dos sujeitos e da produção dos sentidos, de tal modo que se passa da superfície linguística (do *corpus* bruto do texto discursivo), transitando pelo objeto discursivo em busca do processo discursivo. A resultante do trabalho de análise, para Orlandi, é expor o trabalho da ideologia; trabalhando nas etapas descritas até aqui, o analista é capaz de enxergar os efeitos da língua na ideologia e sua materialização de volta na língua – de tal forma, é possível apreender a historicidade do texto. Foucault alerta para o perigo que o analista do discurso corre ao manipular o *corpus* bruto do texto discursivo:

Um princípio de especificidade: não transformar o discurso em um jogo de significações prévias; não imaginar que o mundo nos apresenta uma face legível que teríamos de decifrar apenas; ele não é cúmplice de nosso conhecimento; não há providência pré-discursiva que o disponha a nosso favor. Deve-se conceber o discurso como uma violência que fazemos às coisas, como uma prática que lhes impomos em todo o caso; e é nesta prática que os acontecimentos do discurso encontram o princípio de sua regularidade (2012, p. 53).

Desta forma, através da análise do discurso do *coaching*, buscamos os sentidos e ideologias contidas nesses discursos que possuem semelhança com os discursos de empreendedorismo que normalizam a precarização do trabalho e a vulnerabilização do trabalhador. Diante da vastidão da amostra, foram selecionados 2 vídeos de *coaches* distintos. Essa escolha foi importante para estabelecer alguns limites de análise, dentro da amostra, bem como as categorias criadas, os trechos transcritos dos vídeos e a análise discursiva de frases mais relevantes.

Assim, criamos 3 categorias para analisar esses discursos: individualização, culpabilização e responsabilização. A categoria de individualização provém da noção neoliberal de liberdade e concorrência irrestrita, noções apresentadas por Dardot e Laval (2016). A noção de responsabilização foi construída a partir da análise discursiva feita através da qual notou-se que o sujeito discursivo apresenta argumentos simbólicos que denotam condutas a serem reforçadas e seguidas pelos sujeitos receptores desse discurso (público-alvo). Culpabilização é entendida como uma categoria distinta da noção de responsabilização. Sendo assim, os *coaches* analisados apresentam argumentos simbólicos sobre condutas que não devem ser reproduzidas pelos sujeitos receptores e, por isso, devem ser rechaçadas e repelidas.

7. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Partindo do entendimento que o discurso é conhecimento e que mensagens podem ser entendidas explícita ou implicitamente, podemos compreender seu caráter socialmente construído e que recebe diversas influências. Para Orlandi (1999), a análise do discurso procura compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história. Assim, o discurso carrega diversos significantes socialmente construídos que ganham corpo através de ideias, imagens, valores, artefatos, gestos, silêncios e entonações. O discurso é palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando:

Partindo da ideia de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua, trabalha a relação língua-discurso-ideologia. Essa relação se complementa com o fato de que, como diz M. Pêcheux (1975), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido (ORLANDI, 1999, p 15).

Um discurso pode ser caracterizado como ideológico justamente em sua constituição que se dá por lacunas, porque se sustenta, justamente, porque não pode dizer até o fim aquilo que pretende dizer. “Se o disser, se preencher todas as lacunas, ele se autodestrói como ideologia” (ROCHA, 2013, p. 127). Levando em consideração todo o arcabouço teórico apresentado até aqui, a seguir apresentaremos as transcrições analisadas que construímos a fim de ir além da superfície linguística do texto discursivo buscando pistas dos gestos de interpretação no texto discursivo. A fim de compreendermos, através da análise de discurso feita, e explicitarmos o caráter socialmente construído dos discursos analisados nesta pesquisa, foram definidas três categorias analíticas responsáveis por catalogar e possibilitar a comparação entre os dois discursos analisados e seus sujeitos discursivos (identificados como *coach 1* e *coach 2*): individualização, responsabilização e culpabilização. O diagrama a seguir mostra a relação de interseção entre as categorias:

Figura 1 - Diagrama das categorias analíticas utilizadas



Fonte: Elaboração própria.

Em nossa construção de categorias analíticas, notamos a relação de autorreferência entre as três categorias, pois, não é possível compreender uma sem as demais. Entendemos a categoria de individualização como sendo um desdobramento da noção neoliberal de liberdade e concorrência irrestrita - noções apresentadas por Dardot e Laval (2016) cuja premissa principal é a de que cada indivíduo na sociedade capitalista neoliberal é um competidor cuja lógica de vida se assemelha a de uma empresa e todos são empreendedores de si mesmos. Nesta lógica de competição individualista neoliberal, as demais categorias se apresentam como resultados deste “jogo” entre os empreendedores, onde a culpabilização recai por sobre aqueles sujeitos malsucedidos ou insatisfeitos com a realidade socioeconômica. Por fim, a categoria responsabilização denota a ideia de que os sujeitos que aprendem e agem de maneira a vencer na competição empreendedora capitalista são os únicos responsáveis direta e exclusivamente por seu sucesso e, em virtude disso, são exemplos a serem seguidos pelos demais (lógica do quem quer, consegue).

7.1 COACH 1

O canal deste *coach* possui 2,38 milhões de inscritos; o vídeo analisado em questão intitula-se “Use o pouco que você tem” e possuía – data de análise 17/08/21 - 1,9 milhões de visualizações, 112 mil curtidas e 2.368 comentários. Tais números representam o engajamento e relevância que este *coach* possui no *YouTube*. A *thumbnail* do vídeo se destaca por sua frase de efeito generalista - idem ao título do vídeo - que leva o observador a crer que mesmo possuindo poucos recursos (financeiros, estruturais etc.), é possível obter sucesso. A ideia de sucesso origina-se da vestimenta do *coach*, que se apresenta na imagem trajando um conjunto de esporte fino, óculos de grau, e numa expressão que passa confiança (leve sorriso olhando para o horizonte).

O contexto de gravação do vídeo mostra um cenário de palestra, bastante iluminado contendo um púlpito que se assemelha ao de uma igreja, em que há uma plateia com a qual o *coach* interage o tempo todo.

A seguir separamos os trechos mais significativos do texto discursivo, a partir dos quais construímos nossa análise.

Legenda:

- **Vermelho** - Características apresentadas pelo *coach* em tom de reprovação;
- **Negrito** - Uso de forte entonação por parte do sujeito discursivo (estratégia de ênfase);
- **[Detalhes encontrados na análise]** - descrição mais detalhada de gestos, sons e demais informações extraídas do discurso que vão além do texto discursivo;

Cenário: Duas pessoas em cima de um palco iluminado, um homem e uma mulher grávida. *Coach 1* está vestindo traje esporte fino; a mulher que é chamada a subir no palco para interagir com o *coach* está usando um vestido estampado simples (aparente assimetria socioeconômica entre os sujeitos em questão).

Coach 1 - (cena I - 1:28 - 2:10) – “*Ela consegue comprar um sapato hoje. Sabe por que ela não faz isso? Porque o ser humano não sabe trabalhar com o pouco. Tudo que é pouco a gente não contabiliza como possibilidade. É pouco dinheiro, é um sapato, é um sonhozinho, só tenho dois amigos... você começa a sempre se martirizar, mas nunca usa o pouco que tem. Só que com R\$100 ela consegue sim. Se fosse qualquer outro negócio: ‘meu sonho é trabalhar na bolsa de valores’. Ela podia pegar esses cem reais e comprar chocolate, começar a fazer*

bombom, com o dinheiro do bombom comprar o que ela precisa para entrar no mercado de valores. Ou seja, a verdade é que o pouco que tá na tua mão é o início de algo grande”.

[Coach emposta a voz e aumenta o volume da fala neste ponto do discurso - aparente tentativa de empregar força / gravidade à afirmação] Obrigado, Deus te abençoe [Dirige-se à mulher grávida, gesticulando / apontando para que ela desça do palco].

Coach 1 - (Cena II - 2:57 - 3:24) - *“Sempre tem como usar o que você tem. Sempre dá para prosperar, crescer, fazer render o que você tem. Mas nós temos, como seres humanos, uma limitação mental de que se é pouco, não vai dar”.* [A seguir, o coach passa a enunciar exemplos de frases que corroboram o argumento central de seu discurso] *“Eu tenho pouco conhecimento, então não vai dar para fazer isso”; “Eu tenho poucos amigos, então nunca consegui tal coisa”; “Eu tenho pouco dinheiro, então não vou abrir meu negócio”.*

Coach 1 - (Cena III - 5:42 - 5:53) - [Inicia o período repetindo a estratégia de se utilizar de frases exemplificando pensamentos que reforçam o argumento central do sujeito do discurso. O coach emprega um tom estridente em sua voz, ao enunciar as frases, denotando deboche a respeito do que está enunciando em seu texto discursivo] *“Eu quero muito dinheiro! haha”* [em seguida, o coach retruca em relação à frase que acabou de proferir, dirigindo-se à plateia] *“Não sabe lidar com R\$ 100, vai lidar com dez mil!? Deus te dá 10 mil e você gasta numa semana, como é que ele vai te dar 100 mil?”*

Coach 1 - (Cena IV - 6:04 - 6:24) *“A Bíblia diz que se, você for fiel no pouco, ele te coloca sobre o muito - ou seja - a medida de Deus é o pouco. Se Deus quer fazer alguma coisa na tua vida ele vai dar [o coach dá ênfase à palavra seguinte através da mudança de entonação] pouco. Estranhe tudo o que começa grande, o que nasce grande é monstro”.*

Coach 1 - (Cena V - 7:55 - 9:10) - *“O senhor vai viajar, chama seus servos e fala: ‘toma aqui um talento, pra você eu dou dois talentos e pra você eu dou cinco talentos’. Passou um tempo e este senhor voltou e foi cobrar o pouco que ele tinha deixado. Afinal de contas, mesmo ele tendo deixado cinco com um, cinco é muito ou pouco? [pergunta para a plateia]. É pouco! Então mesmo quem tinha mais do que todos os outros, ainda tinha pouco - que ainda eram só cinco talentos. Mas o que tinha cinco multiplicou em dez, o que tinha dois multiplicou em quatro e o que tinha um enterrou. Repare que Deus dá conforme a capacidade. Às vezes você tá pedindo: ‘Deus, me dá dez’ e ele fala: ‘Não, eu vou te dar um porque este um você vai enterrar. Não sabe nem multiplicar pra dois e tá me pedindo dez’. No final da estória, o senhor fala assim para quem enterrou um talento: ‘Mau servo e infiel! Porque foste infiel no pouco, você não vai ser passado para a próxima fase, não vai ver o próximo nível, ou seja, não vou te*

colocar sobre o muito. E agora tem o seguinte: *até o pouco que você tem vai ser tirado. Pega o pouco que você tem e dá para quem multiplicou para dez. Porque quem sabe transformar pouco em muito sempre vai receber mais*”.

Plateia - Amém!

Coach 1 - (Cena VI- 17:16 - 17:40) - “Você pode mudar a vida de muita gente com muito pouco. O problema é que *o pouco que você tem você usa para ser limite: ‘Não posso, só tenho pouco’*. Você usa para te limitar e não para dar um passinho por sobre as águas. Se você der o primeiro passo, *[ênfase de entonação nesta frase]*, as coisas já começam a mudar, as coisas já começam a melhorar na sua vida. O problema é que como *você sabe pouco*, você acha que não pode sair do barco”.

Coach 1 - (Cena VII - 18:39 - 19:27) - “Porque não é o muito que você sabe, é se o pouco que você tem, você tá usando. Se você tem **coragem** *[forte entonação]* de usar, de trabalhar. Então tem **gente que nunca quer começar** porque acha que R\$ 100 é pouco. Mas, R\$ 100 foi como muita gente começou. Se você tem um smartphone, *de preferência um iPhone* *[tira o iPhone do bolso e mostra para a plateia]* - isso começou numa garagem dos pais adotivos de Steve Jobs. A Apple hoje é uma empresa supervalorizada, alguns anos atrás era uma garagem emprestada de pai adotivo. Ele *[Jobs]* não tava reclamando: ‘Meus pais verdadeiros me abandonaram e eu tô aqui agora com pai adotivo e não tenho comida pra comer nesta garagem.’ *[estratégia já utilizada anteriormente de empregar um tom estridente em sua voz, ao enunciar as frases, denotando deboche a respeito do que está enunciando em seu texto discursivo]*. **Ele não estava reclamando, ele estava trabalhando o pouco que tinha!**” *[forte entonação]*.

Coach 1 - (Cena VIII - 20:40 - 21:50) - “Você já viu aquele dito popular que diz assim: ‘o pobre fica cada vez mais pobre e o rico fica cada vez mais rico’? [...] Isso é verdade, não é um dito popular. É um versículo bíblico adaptado para o **povo entender**. Porque aquele que tinha um perdeu para o que tinha cinco. Ou seja, **quem não sabe multiplicar o que tem vai perder para quem já multiplicou**. Tá na Bíblia: *O pouquinho que você tem, você ainda pode perder se você der mole. Então para de reclamar, para de dar desculpas, para de se esconder atrás do pouco que tem*”.

Coach 1-(Cena IX- 30:30 - 30:49) - “Tem gente que, por vergonha, tá passando fome em vez de estar prosperando. **A vergonha é maior do que a fé**. Quando qualquer sentimento é maior do que a tua fé, você fica no exato lugar em que está. Quando você não permite que nada seja maior do que a tua fé, não tem limite do que **Deus vai fazer na tua vida**”.

Legenda:

- **Vermelho** - Características apresentadas pelo *coach* em tom de reprovação;
- **Negrito** - Uso de forte entonação por parte do sujeito discursivo (estratégia de ênfase);
- **[Comentários]** - Descrição mais detalhada de gestos, sons e demais informações extraídas do discurso vão além do texto discursivo;

7.2 COACH 2

O canal deste *coach* possui 1,34 milhões de inscritos, o vídeo analisado em questão intitula-se “Por que você não ganha tanto dinheiro como gostaria?”. Possuía - na data de análise 12/09/21 - 2,6 milhões de visualizações, 73 mil curtidas e 1.882 comentários. Tais números representam o engajamento e relevância que este *coach* possui no *YouTube*. A *thumbnail* do vídeo também se destaca por sua frase de efeito generalista: “Criação de riqueza” que leva o observador a crer que é possível criar riqueza, ao longo do vídeo fica evidente a proposta do título do vídeo, criar riquezas não somente financeiras, mas também em outras áreas da vida. A ideia de riqueza origina-se na estética da *thumbnail*, onde as letras são douradas (ouro símbolo de riqueza) e o fundo da tela verde (remete a dinheiro), além da vestimenta do *coach* que se apresenta na imagem trajando um conjunto de esporte fino, óculos de grau, e numa expressão séria, queixo erguido (semblante sério olhando para o horizonte).

Coach 2 (Cena I - 1:15 – 2:36) “**Olha o telão as estatísticas [o coach não menciona a fonte originária de tais dados] apontam que 70 a 65% dos funcionários estão insatisfeitos; fala pra quem está do seu lado e diz: todo insatisfeito é pobre, mesmo que tenha algum dinheiro todo insatisfeito é pobre. [A plateia repete a frase em seguida]. 60% dos funcionários declararam que poderiam produzir mais e não produzem. Declaro que todo improdutivo é pobre. Não produz porque está no facebook, no instagram tão no Snapchat estão em algum canto que não estão produzindo o que poderia produzir. 80% brasileiros vivem uma crise no casamento, 77% dos brasileiros não se sentem realizados, 96% brasileiros não possui metas e objetivos claros nas suas vidas 80% dos brasileiros possui pelo menos uma conta em atraso e 45% dos filhos não se sentem amados pelos seus pais e vice-versa. O que é isso, por que essa mazela toda? por que essa limitação toda porque isso? Olha o que eu vou te perguntar: o que te impede de ver o melhor da sua vida hoje financeira? O que te impede de ganhar dinheiro hoje?**” [Neste instante, após fazer as perguntas retóricas, o *coach* desce do palco e anda entre a plateia, questionando as pessoas presentes sobre o quanto elas pretendem alcançar financeiramente (ganhos mensais). E avisa que a temática da palestra é dinheiro.]

Coach 2 (Cena II -3:38 – 4:10)- **“O que te impede de ganhar dinheiro? É falta de saúde que impede ganhar dinheiro? É falta de disposição e depressão? O que te impede de ganhar dinheiro: pânico, medo, insegurança, é a falta de autoconfiança, arrogância, prepotência, falta de oportunidades em um grande polo de oportunidades, falta de dinheiro porque só tem dinheiro quem tem dinheiro, que você não tem dinheiro. Você não consegue acreditar nisso, que só ganha dinheiro, quem já tem dinheiro. Vamos lá! Falta de apoio dos familiares?”**

Coach 2 (Cena IV- 7:04 – 7:17) - **“Primeira definição de autorresponsabilidade é a certeza absoluta crença de que você é o único responsável pela vida financeira levando e acabou. Não tem mãe, não tem irmão, não tem pai, não tem governo, não tem nada”.** [O coach aumenta o tom de voz sendo incisivo em sua fala.]

Coach 2 (Cena V- 8:05 – 10:00) - **“Você é responsável consciente ou inconscientemente pelo mundo que você vive hoje, pelo dinheiro que você tem, pelo dinheiro que você não tem, pelas dívidas que têm ou pelo patrimônio que não têm ou pela riqueza que você tem. Você é único responsável, esse é o primeiro passo para você viver e entender a autorresponsabilidade para se libertar e para crescer. esse é o primeiro passo. Mas até seis meses atrás eu postava tudo o que aconteceria nos próximos três meses seguintes e como eu sabia que havia crise me preparei pra quê com a crise e ganhar dinheiro e ter um grande ano como jamais ganhei em toda a história da minha vida eu sabia que vinha crise me preparei para a crise”.**

Coach 2 (Cena VI- 10:07- 10:16) - **“É fácil tirar a responsabilidade de você e colocar nas mãos dos políticos, nas mãos do seu marido. É fácil tirar a responsabilidade de você e colocar nos seus filhos. É fácil você se despir da responsabilidade de ser rico ou qualquer outra coisa botando na mão de outras pessoas”.**

Coach 2 (Cena VII- 11:43 – 12:00) - **Segundo a lei da autorresponsabilidade, [aparentemente, o coach mudou o rumo do que iria dizer, por isso a quebra na estrutura lógica da oração] é a capacidade de se responsabilizar pelos resultados que tem colhido na vida. Quanto ganhou neste mês? Méritos seu, o quanto acumulou de patrimônio mérito seu”.**

Coach 2 (Cena VIII- 18:37- 19:40) - **“Quem é responsável pela sua vida financeira e pelo sucesso, quem é responsável pelos percalços que você vem passando até hoje isso é autorresponsabilidade. Cada um tem a vida que merece”.** [O coach utiliza de um tom incisivo.]

Coach 2 (Cena IX- 20:12- 20:49) - **“Assume a responsabilidade cada um tem a vida financeira que merece e tá tudo certo. Fica tranquilo. Eu sei que é doído. Eu sei que desconstruir as explicações para não ter dinheiro, tantos anos construindo explicações para não ter aquela vida financeira. Tantos anos construindo explicações, desculpas para não viver**

a vida financeira. E chega alguém [Está se referindo a ele o coach, como sujeito capaz de expor as fraquezas e erros dos sujeitos e apontar o caminho correto para mudar a vida desses sujeitos] *agora e te expõe e você tem que olhar para você agora e dizer assim: Foram as besteiras que eu fiz? Foram as coisas que você deixou de fazer.*

Coach 2 (Cena X- 32:19 – 32:34) - “**Ninguém muda nada, nem muda ninguém sem mudar a si mesmo.** *Ninguém vai mudar seu patrimônio, seu rendimento mensal sem mudar a si mesmo, seu comportamento, sua maneira de pensar e de sentir”.*

Coach 2 (Cena XI- 34:03 – 34:59) - “**Autorresponsabilidade é a certeza que ninguém muda nada nem muda ninguém sem antes mudar a si mesmo.** *Então o primeiro passo para ser autorresponsável é destruir reclamações, acabar com as reclamações... Cada um tem o dinheiro que merece, você vai ser tentado todos os dias a justificar tudo, a criticar alguém ou as circunstâncias”.*

Quadro 1 - Quadro Analítico

Individualização	
<u>Coach 1</u>	<u>Coach 2</u>
<i>“Sempre tem como usar o que você tem. Sempre dá para prosperar, crescer, fazer render o que você tem.”</i>	<i>“Quem é responsável pela sua vida financeira e pelo sucesso, quem é responsável pelos percalços que você vem passando até hoje isso é autorresponsabilidade. Cada um tem a vida que merece”.</i>
<i>“Porque quem sabe transformar pouco em muito sempre vai receber mais.”</i>	<i>“Primeira definição de autorresponsabilidade é a certeza absoluta crença de que você é o único responsável pela vida financeira levando e acabou.”</i>
Responsabilização	
<i>“A verdade é que o pouco que tá na tua mão é o início de algo grande”.</i>	<i>“Ninguém muda nada, nem muda ninguém sem mudar a si mesmo.</i>
<i>“Ela podia pegar esses cem reais e comprar chocolate, começar a fazer bombom, com o dinheiro do bombom comprar o que ela precisa para entrar no mercado de valores.”</i>	<i>Segundo a lei da autorresponsabilidade, é a capacidade de se responsabilizar pelos resultados que tem colhido na vida.</i>
Culpabilização	
<i>“Então tem gente que nunca quer começar porque acha que R\$ 100,00 é pouco.”</i>	<i>“Todo insatisfeito é pobre, mesmo que tenha algum dinheiro, todo insatisfeito é pobre.”</i>
<i>“Tem gente que, por vergonha, tá passando fome em vez de estar prosperando.”</i>	<i>“O que te impede de ganhar dinheiro? É falta de saúde impede ganhar dinheiro? É falta de disposição e depressão?”</i>

Fonte: Elaboração própria.

O quadro analítico apresentado acima foi elaborado visando extrair trechos do texto discursivo que se enquadram nas categorias analíticas mencionadas anteriormente. Tal ferramenta possibilita facilitar a visualização e entendimento, com mais clareza, da proximidade e distanciamento dos discursos dos *coaches* analisados.

Antes de entrar propriamente na parte de comparação / categorização, é importante tecer alguns comentários sobre o estilo discursivo utilizado pelos *coaches* pesquisados. Através da comparação dos discursos (Orlandi, 1999), notamos que o *coach 1* possui algumas características discursivas distintas do *coach 2* quando apresenta seu discurso. A forma como o *coach 1* emposta sua voz, como ele se utiliza de um gradiente de variação de volumes e graves para enfatizar ou suavizar determinadas passagens de seu discurso se diferencia totalmente da estratégia discursiva do *coach 2*. O *coach 2* utiliza de outros recursos, sua forma de falar usa um tom mais suave em grande parte do tempo de discurso, apenas pontualmente falando mais

alto em poucos momentos analisados, nos quais ele demonstra dar ênfase em partes centrais ao seu discurso. Outra diferença encontrada foi de que a lógica discursiva do *coach 1* é amplamente fundamentada em preceitos bíblicos, apresentados a partir do uso constante de passagens bíblicas para reforçar o argumento pretendido; enquanto o *coach 2* se utiliza mais de argumentos ligados às relações sociais.

Em termos de contexto do ambiente em que se dá o discurso, ambos os *coaches* estão em cenários bem parecidos: ambiente (palco) que se assemelha muito ao de um templo neopentecostal. A todo instante o *coach 1* se mantém em cima do palco diante do púlpito, o que denota a marcação espacial de uma distância física entre ele (sujeito que detém um saber em seus discursos) e a plateia que ali está, posta mais abaixo (tende a representar os sujeitos que estão ali para consumir esse discurso, aprender e aplicar em suas vidas). O *coach 2* tem postura inversa, se aproxima frequentemente da plateia, pede interação da mesma, profere frases para que a plateia repita; se posiciona de forma mais acessível (até fisicamente) com postura de conselheiro, de alguém que está disposto a guiar pessoas rumo a um desenvolvimento pessoal, profissional e emocional (em posição de horizontalidade).

Ao utilizar a categoria individualização foi possível captar algumas falas importantes para análise, que demonstram muito do que inicialmente definimos como individualização, como sendo um desdobramento da noção neoliberal de liberdade e concorrência irrestrita. Assim, quando comparamos os discursos, encontramos essa lógica posta à medida que o *coach 1* diz: “*Sempre tem como usar o que você tem. Sempre dá para prosperar, crescer, fazer render o que você tem.*” e o *coach 2*: “*Quem é responsável pela sua vida financeira e pelo sucesso, quem é responsável pelos percalços que você vem passando até hoje isso é autorresponsabilidade. Cada um tem a vida que merece.*” Ambos os discursos reforçam a ideia de que os sujeitos são individualmente responsáveis por suas vidas. Ao utilizarem a ideia de prosperar, ter sucesso financeiro mesmo sem ter grande capital ou mesmo qualquer auxílio para garantir o sustento, é colocado para os sujeitos a obrigação de “dar um jeito” e garantir seu sustento e prosperar a qualquer custo. É importante ressaltar o reforço discursivo da autorresponsabilização dos sujeitos pelo *coach 2*. E ressaltar o que o *coach 1* afirma, que com pouco e sem qualquer ajuda (exceto a de Deus) os sujeitos podem alcançar uma condição financeira estável, uma vida plena.

O *coach 1*, ao fazer uso da parábola bíblica de Matheus (“parábola dos talentos”), profere a seguinte frase: “*Porque quem sabe transformar pouco em muito sempre vai receber mais.*” Chama atenção a justificativa rasa das desigualdades sociais ou sequer a consideração de que há desigualdades profundas na sociedade; é apenas colocado novamente como uma

questão individual do sujeito que possui pouco recurso, fica cabendo a este através da ideia inculcada nesse discurso uma meritocracia divina onde os que são abençoados multiplicam seus ganhos e os não abençoados estão fadados à miséria e ao fracasso. O *coach 2*, em seu discurso, reforça essa noção ao afirmar que: “*Primeira definição de autorresponsabilidade é a certeza absoluta, crença de que você é o único responsável pela vida financeira vem levando e acabou.*” Aqui, ao definir autorresponsabilidade como uma crença absoluta, ou seja, sem qualquer dúvida ou brecha para outra interpretação que o sujeito possa a vir fazer, aponta que cada um é responsável pela vida financeira que tem. Nesta lógica, o trabalhador que está desempregado, assim está por sua própria vontade e não por uma questão de reestruturação produtiva onde os postos de trabalho estão em processo de precarização e extinção, como apresentado anteriormente.

O discurso desses *coaches* possui um caráter individualizante e alienante dos sujeitos, onde o único objetivo é o sucesso, onde o fracassar é rechaçado, em que a pobreza é apontada como defeito, como culpa. Como visto anteriormente, Dardot e Laval (2016) apontam que os discursos pautados pela racionalidade neoliberal incentivam deliberadamente o estímulo à competição, a individualização pautando valores organizacionais como modelo de vida para os sujeitos. Os discursos dos coaches podem ser entendidos aqui como exemplificação dessa racionalidade neoliberal impregnada no texto discursivo que se apresenta como mero recurso educacional / orientacional para sujeitos que desejam performar melhor em suas vidas, mas, que no fundo, o discurso coaching é muito mais do que isso.

A categoria responsabilização enseja a ideia de que os sujeitos devem aprender e agir de maneira a vencer os desafios apresentados, assim, em tal lógica, são os únicos responsáveis direta e exclusivamente por seu sucesso (ligado às questões financeiras apenas). De tal forma, ao compararmos as duas passagens dos discursos, encontramos tal lógica posta pelo *coach 1*: “*A verdade é que o pouco que tá na tua mão é o início de algo grande*”. Isso prega que mesmo com pouco é possível chegar longe, alcançar o sucesso tão desejado; tal cerne ideológico utiliza, como apoio, o recurso das passagens bíblicas para justificar e naturalizar a narrativa da responsabilização dos sujeitos pela falta de recursos financeiros. Entendemos como subproduto disso o caráter de culpabilização para aqueles que não conseguem alcançar tal sucesso financeiro.

O *coach 2*, dentro da categoria de responsabilização, faz afirmações do tipo: “*Ninguém muda nada, nem muda ninguém sem mudar a si mesmo.*” O *coach 2* vai além da questão financeira da mudança nesse aspecto, reforça a ideia de que para acontecer uma mudança na vida financeira é necessário mudar também os hábitos de vida, dentre outros aspectos. Aqui é

possível entender como a abordagem do *coaching* se pretende ampla, alcançando todos os aspectos da vida dos sujeitos, ensinando passos, procedimentos e técnicas que podem ser aplicados tanto na vida financeira (trabalho, empresa etc.) como na vida pessoal e familiar (tais procedimentos todos orientados por uma lógica que nitidamente bebe da fonte ideológica neoliberal).

Dentro da categoria responsabilização aqui construída, é possível captar diversas passagens nos discursos dos *coaches* que reforçam a noção que apresentamos. Em diversos momentos, ambos os *coaches* trazem a noção de responsabilização quando afirmam que as pessoas não sabem lidar com dinheiro, que gastam muito sem pensar em investir o dinheiro que tem mesmo que esse seja pouco. O *coach 1* reforça essa noção ao enfatizar em seu discurso o seguinte exemplo: *“Ela podia pegar esses cem reais e comprar chocolate, começar a fazer bombom, com o dinheiro do bombom comprar o que ela precisa para entrar no mercado de valores.”* O *coach 2* afirma que: *“Segundo a lei da autorresponsabilidade, é a capacidade de se responsabilizar pelos resultados que tem colhido na vida.”* Quando o *coach* faz essa afirmação, é possível ver claramente a categoria responsabilização como pano de fundo para justificar que quem consegue acumular patrimônio tem mérito, por ter seguido o caminho da autorresponsabilidade e ter vencido as adversidades. Esse discurso obedece a uma lógica meritocrática neoliberal onde os sujeitos “vencedores” devem ser exaltados e seguidos como exemplo de sucesso. Como pontuado neste trabalho, a lógica do pensamento neoliberal para Dardot et al. (2016) compreende todo indivíduo como um empreendedor em potencial. A lógica discursiva dos *coaches* se aproxima muito da lógica do empreendedorismo, onde todo indivíduo é exclusivamente responsável por seu sucesso ou fracasso.

A culpabilização, enquanto categoria analítica aqui utilizada, representa tudo que no discurso dos *coaches* é colocado como fracasso individual - que recai sobre aqueles sujeitos malsucedidos, pobres, ou insatisfeitos com a realidade socioeconômica. O *coach 1* ao proferir a seguinte passagem: *“Então tem gente que nunca quer começar porque acha que R\$ 100,00 é pouco.”* despreza totalmente qualquer reflexão socioeconômica que possa ser feita sobre os tempos atuais. Através da ideologia, trazida em seu discurso, de que com o pouco que os sujeitos possuem, eles são plenamente capazes de empreender e até de se tornarem investidores da bolsa de valores, o *coach* culpabiliza quem não empreende ou empreende e dá errado (quem não enriquece). Assim a ideia de que é possível mudar a vida com muito pouco é a saída que o *coach 1* apresenta para aqueles que se queixam de não ter possibilidade ou mesmo recurso para empreender, ou mesmo ter um trabalho formal.

O *coach 2* se aproxima bastante da noção de culpabilização quando afirma: “*Todo insatisfeito é pobre, mesmo que tenha algum dinheiro, todo insatisfeito é pobre*. Aqui é possível captar a forma pejorativa usada pelo *coach 2* quando afirma que “*todo insatisfeito é pobre*” - cria-se em seu discurso uma relação causal entre pobreza e fracasso, estigmatizando cada vez mais as populações mais pobres e vulneráveis. Tal noção despreza as profundas desigualdades sociais e os altos índices de desemprego, como pontuamos nos capítulos anteriores apenas no primeiro semestre de 2022, o Brasil, segundo dados do IBGE (2022) têm 11,9 milhões de pessoas desempregados, construindo um “mito da autorresponsabilidade” que tende, em longo prazo, a deixar as pessoas doentes em busca de um sucesso, de uma vida próspera inalcançável sem as devidas condições sociais para tal. Nessa lógica discursiva dos *coaches* não há espaço para a reflexão crítica das conjunturas sociais, há apenas culpabilização dos sujeitos quando estes não obtêm sucesso.

É possível entender a dimensão ideológica desse discurso quando captamos a seguinte afirmação do *coach 1*: “Tem gente que, por vergonha, tá passando fome em vez de estar prosperando.” Aqui damos destaque para os dados da fome apresentados anteriormente que contabilizam, através o PENSSAN (2022), 116,8 milhões de pessoas em situação de insegurança alimentar (fome) no Brasil em 2020. Esses dados demonstram que a fome é um fenômeno condicionado atravessado por diversas camadas sociais como política, classe social, raça e gênero, não é algo condicionado apenas à vontade (ou a falta) dos sujeitos. Tal afirmação corrobora para a afirmação culpabilizadora proferida pelo *coach 2* ao questionar a plateia “*O que te impede de ganhar dinheiro? É falta de saúde que impede ganhar dinheiro? É falta de disposição e depressão?* Em tais trechos fica claro que não há espaço para pensamento crítico a respeito do contexto social e econômico, para as mazelas da sociedade. Há apenas culpabilização dos sujeitos, a retirada de outras instâncias responsáveis por tais mazelas, fica evidente a individualização de questões sociais amplas colocadas como problemas isolados de cada sujeito (reforçando o caráter autorreferencial e circular das categorias analíticas construídas e expostas no quadro).

Entendemos que a amostra escolhida nesta pesquisa pode ser enxergada como limitada e, em virtude disso, a pesquisa não pretende de maneira alguma apresentar os resultados como um objeto encerrado, pelo contrário, deixamos como contribuição uma série de possibilidades a serem exploradas, em detrimento de uma tentativa de apresentar verdades absolutas.

8. CONCLUSÃO

A forma como a classe trabalhadora cada vez mais vai sendo explorada está subsumida a camadas de conteúdo ideológico, o que é extremamente complexo de se delimitar. A respeito da história do Brasil, podemos dizer que nunca houve um efetivo sistema de relações de trabalho protetivo para a classe trabalhadora. Conforme exposto neste trabalho, há um processo de esmagamento dos trabalhadores: seja de forma objetiva (fome, desemprego e empobrecimento), seja de forma subjetiva - através de discursos carregados de camadas ideológicas, a exemplo dos discursos analisados nesta dissertação - que impede o trabalhador de se enxergar como sujeito assalariado e explorado. Em tal processo, a massa trabalhadora vai aos poucos perdendo sua capacidade de se identificar como classe; e sendo oprimida por tais discursos carregados de ideologia - até o ponto em que o empreendedorismo se torna a única possibilidade de alternativa vislumbrada pela classe trabalhadora. Assim os trabalhadores seguem lutando por melhorias, mesmo que momentâneas ou frágeis, da sua condição de vida financeira, mas seguem longe do sentido da luta por emancipação enquanto classe. A perda de identidade enquanto classe trabalhadora e a mobilização de sujeitos em busca de sobrevivência de forma individual, através do empreendedorismo, é uma das facetas ideológicas do neoliberalismo.

Neste sentido, é instaurado no horizonte para os trabalhadores que a solução é empreender, desaparece no horizonte a demanda por uma luta política; ganha corpo nesse sentido a normalização de um discurso onde todos são concorrentes num livre mercado. Passamos a ter assim um *ethos* neoliberal individualista em detrimento da possibilidade de conscientização da necessidade de luta política. Temos assim uma formação neoliberal para sujeitos neoliberais em um mundo neoliberal caminhando em direção à “liberdade”. Liberdade esta que reside no discurso do empreendedorismo e no discurso do *coaching*, conforme visto no decorrer desta dissertação, que são formas de escamoteamento da racionalidade neoliberal que põe sobre os sujeitos a responsabilidade por seu sucesso e fracasso, desconsiderando critérios socioeconômicos.

A forma tradicional de se pensar a exploração do trabalho, que produz mais valia apenas no setor fabril, ou no proletariado industrial, são concepções frágeis para compreendermos a realidade em que estamos inseridos atualmente. Dentro dessa concepção, da ampla exploração e da ausência de proteção aos trabalhadores, um discurso surge muito forte como solução para todos os problemas neste momento de crise, intensificado por uma pandemia, onde o empreendedorismo surge como a solução / saída. Esse discurso atinge e interfere no imaginário das classes trabalhadoras impactadas pelo *coaching* como uma figura sempre pronta a mostrar

como é possível enriquecer sendo seu próprio patrão (sem espaço para questionamentos ou reclamações). Como demonstrado através da pesquisa, o *coaching* em seu discurso reduz questões importantes da sociedade como saúde mental, processo de determinação social de saúde-doença, as disputas de classe, a precarização do trabalho, o cenário de fome e desemprego no Brasil, culpabilizando os sujeitos por todas essas mazelas, colocando nos trabalhadores a responsabilidade de mudar sua realidade, como se dependesse única e exclusivamente de uma vontade individual. Sendo assim, através da pesquisa pudemos identificar os pressupostos ideológicos fundamentadores do discurso do *coaching* que dialogam com a lógica do empreendedorismo e a vulnerabilização do trabalhador.

Ambos os discursos analisados nesta pesquisa demonstram, nada mais, nada menos, do que pedras nos sapatos dos trabalhadores que, por sua vez, são retratados como pessoas indolentes, incapazes, como sujeitos dependentes da solução neoliberal apontada pelos *coaches* sujeitos do discurso. Pedras estas que os impedem de caminhar em direção à luta por seus direitos e dignidade. Frases como: “*você começa a sempre se martirizar, mas nunca usa o pouco que tem. Só que com R\$100 ela consegue sim. Se fosse qualquer outro negócio: ‘meu sonho é trabalhar na bolsa de valores’. Ela podia pegar esses cem reais e comprar chocolate, começar a fazer bombom, com o dinheiro do bombom comprar o que ela precisa para entrar no mercado de valores.*” deixam claro a interseção entre o discurso do *coaching* e do empreendedorismo, carregados de ideologia neoliberal.

Atualmente R\$ 100,00 possuem o poder de compra equivalente a R\$13,91 (poder de compra em 1994), ou seja, quando o *coach I* afirma para uma mulher grávida que se encontra em dificuldade financeiras, sonhando em empreender a fim de melhorar suas condições de vida (empreendedorismo de necessidade), que é possível conseguir chegar ao nível de investidora na bolsa de valores através de uma simples sequência de passos, é possível identificar um total desprezo com as condições objetivas de vida e possibilidades reais dos sujeitos num país desigual e empobrecido. Assim podemos identificar a lógica precarizante do trabalho no discurso do *coaching*. Na fala do *coach* também é possível identificar o reforço à lógica do empreendedorismo de necessidade (sobrevivência), cujo estímulo à atividade empreendedora encontra fundamento na crença dogmática de que os sujeitos são donos de si e de seu destino (lógica da liberdade neoliberal).

Diante de tudo que foi exposto na presente pesquisa, pudemos adentrar no campo e agregar no sentido de ampliar o conhecimento sobre o discurso do *coaching*, objeto ainda pouco estudado (muito menos sob uma perspectiva crítica). Ao analisarmos as amostras discursivas coletadas, pudemos compreender que, conforme os teóricos utilizados já alertavam, há outras

dimensões que podem ser exploradas em futuras pesquisas. Os resultados encontrados não encerram o objeto em si, há muito o que avançar. Assim, eu pretendo levar esse objeto adiante em continuação desta pesquisa com novos elementos para o doutorado.

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, Ludmila Costhek. Uberização: Informalização e o trabalhador *just-in-time*. **Trabalho, Educação e Saúde**, v. 19, p. 1-3, mar., 2021.

ALVARENGA, Darlan et al. **Brasil perde 2,8 milhões de trabalhadores com carteira em 8 anos; informalidade e conta própria crescem**. G1 18/05/2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/05/18/brasil-perde-28-milhoes-de-trabalhadores-com-carteira-em-8-anos-informalidade-e-conta-propria-cresce-m.ghhtml> Acesso em: 20 mai. 2022.

ANTUNES, R. **Coronavírus: O trabalho sob fogo cruzado**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2020.

_____. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviço na era digital**. Boitempo, 2018.

_____. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. Boitempo, 2015.

ANTUNES, Ricardo et al.. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. **Educação & Sociedade**, v. 25, n. 87, p. 335-351, mai./ago. 2004.

ARAÚJO, Carla et al. **Bolsonaro terá de escolher entre mais direitos e mais empregos**. Jornal O Globo, 04/12/2018. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2018/12/04/bolsonaro-trabalhador-tera-de-escolher-entre-mais-direitos-ou-emprego.ghhtml> Acesso em: 15 fev. 2021.

BOAVA, Diego Luiz Teixeira et al. Apontamentos sobre axiologia, Ideologia e a ética do empreendedorismo. **Pensamento & Realidade**, v. 32, n. 2, p. 93-93, set., 2017.

BOFF, L. **Espiritualidade: um caminho de transformação**. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 3550/2019 de 27/06/2019**. Dispõe sobre o reconhecimento da profissão coach, da prática e metodologia de coaching e dá outras providências. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?> Acesso em: 19 abr. 2021.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 3.970/ 2019 de 09/07/2019**. Dispõe sobre o reconhecimento da profissão de coach e dá outras providências. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra? Acesso em: 19 abr. 2021.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 3581/2019 de 17/06/2019**. Dispõe sobre o reconhecimento da profissão de coach e dá outras providências. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?> Acesso em: 19 abr. 2021.

_____. **Aprovada em 2017, Reforma Trabalhista alterou regras para flexibilizar o mercado de trabalho**. Senado Notícias, 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/05/02/aprovada-em-2017-reforma-trabalhista-alterou-regras-para-flexibilizar-o-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 15 fev. 2021.

_____. **Lei nº 13.467 de 13 de julho de 2017**. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/norma/17728053/publicacao/17728664> Acesso em: 19 abr. 2021.

BURGESS, Jean et al. **YouTube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.

CARMO, Luana Jéssica Oliveira et al. O empreendedorismo como uma ideologia neoliberal. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 19, n. 1, p. 18-31, jan./mar., 2021.

CAMPOS, Marcella et al. **O YouTube como plataforma de conexão em tempos de isolamento**. Think with Google, 2020. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/o-youtube-como-plataforma-de-conexao-em-tempos-de-isolamento/> Acesso em: 18 jan. 2021.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Nota Orientativa sobre COACHING**. Disponível em: https://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2019/03/14_03_2019_Nota-Orientativa-sobre-COACHING.pdf. Acesso em: 25 ago. 2019.

CIRIACO, Douglas. **YouTube é acessado por 95% população online brasileira, mostra relatório**. Tecmundo, 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/internet/119776-youtube-insights-brasil.htm>. Acesso em: 10 set. 2020.

CHAUÍ, Marilena. **A ideologia das competências**. 1ª Edição; Autêntica Editora; São Paulo, 2016.

CRECO, Simara Maria de Souza Silveira (Coord). **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf> Acessado em: 18 mar. 2022.

_____. **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2018**. Curitiba: IBQP, 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Livro%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%20-%20web%20compactado.pdf> . Acesso em: 18 mar. 2022.

DARDOT, Pierre et al. **A nova razão do mundo**. São Paulo: Boitempo, 2017.

DA SILVA, Jonathan Chasko da et al. A metodologia de pesquisa em análise do discurso. **Revista de Crítica Cultural**, v. 5, n. 1, p. 17-32, jan./jun.,2017.

DRUCK, Graça. A tragédia neoliberal, a pandemia e o lugar do trabalho. **O Social em Questão**, n. 49, p. 11-33, jan./jun.,2021.

DRUCK, Graça et al. Trabalho, precarização e resistências. **Caderno CRH**, v. 24, n. spe 1, p.n9-13, dez., 2011.

DSSBR. **Insegurança alimentar e Covid no Brasil**. 13/04/2021. Disponível em: <https://dssbr.ensp.fiocruz.br/inseguranca-alimentar-e-covid-19-no-brasil/> Acesso em: 08 jan. 2022.

GAULEJAC, Vincent de. **Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social.** Aparecida, Ideiais e Letras, 2007.

GONDIM, Sônia Maria Guedes et al. O discurso, a análise de discurso e a metodologia do discurso do sujeito coletivo na gestão intercultural. **Cadernos Gestão Social**, v.2, n. 1, p. 9-26, 2009.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** Belo Horizonte: Edições Loyola, 1996.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço.** Tradução de Enio Paulo Giachini. 2º edição ampliada. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

IBGE. **Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2021.** Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101892.pdf> Acesso em: 08 set. 2022.

_____. **Desocupação, renda, afastamentos, trabalho remoto e outros efeitos da pandemia no trabalho, 2020.** Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/trabalho.php> Acessado em: 25 jan. 2021.

_____. **Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo, 2019.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/22649-demografia-das-empresas-e-estatisticas-de-empreendedorismo.html> Acessado em: 28 jan. 2021.

JORNAL NACIONAL. **Número de brasileiros que vivem na pobreza quase triplicou em seis meses.** 05/04/2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/04/05/numero-de-brasileiros-que-vivem-na-pobreza-quase-triplicou-em-seis-meses-diz-fgv.ghtml> Acesso em: 08 abr. 2021.

KILBURG, Richard R. Toward a conceptual understanding and definition of executive coaching. **Consulting Psychology Journal: Practice and Research**, v. 48, n. 2, p. 134–144, 2007.

MEIRELES, Cecília et al. **Romanceiro da inconfidência.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

NEIS, Amanda Cristaldo et al. A ilusão do microempreendedorismo no Brasil. **Revista Pet Economia UFES**, v. 1, n. 2, p. 39-43, jul./dez., 2020.

OLIVEIRA, Isaac de. **4 anos depois, reforma trabalhista não gerou 'boom' de empregos prometido.** UOL, 07/10/2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2021/10/07/reforma-trabalhista-michel-temer-empregos-4-anos.htm> Acesso em: 10 out. 2021.

OLIVEIRA-SILVA, L. C., Werneck-Leite et al. Desvendando o coaching: uma revisão sob a ótica da Psicologia. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 38, n. 2, p. 363-377, abr./jun., 2018.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios & procedimentos.** Pontes, 1999.

PAGÈS, M. et al. **O Poder das Organizações.** São Paulo: Editora Atlas, 2007.

REDE PENSSAN. **II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da COVID-19 no Brasil**. São Paulo : Fundação Friedrich Ebert : 2022. Disponível em: <https://olheparaafome.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Relatorio-II-VIGISAN-2022.pdf> Acesso em: 08 set. 2022

SALLES, Wagner et al. “O canto do coaching”: Uma análise crítica sobre os aspectos discursivos do triunfo ágil difundido no Brasil. **Gestão e Sociedade**, v. 13, n. 36, p. 3231-3260, set./dez., 2019.

SELIGMANN-SILVA, Edith. **Trabalho e desgaste mental: o direito de ser dono de si mesmo**. Cortez Editora, 2022.

SENADO FEDERAL. **Paim propõe arquivamento de sugestão para criminalizar profissão de coach**. Senado Federal, 16/03/2020. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/03/16/paim-propoe-arquivamento-de-sugestao-para-criminalizar-profissao-de-coach> Acesso em: 19 abr. 2021.

TAVARES, Maria Augusta. O empreendedorismo à luz da tradição marxista. **Em Pauta: Teoria Social e Realidade Contemporânea**, v. 16, n. 41, p. 107-121, jan./jun.,2018.