

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE- FURG
INSTITUTO DE LETRAS E ARTES – ILA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
MESTRADO EM LETRAS
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: ESTUDOS DA LINGUAGEM

ÉMERSON LUÍS MAURMANN LEMOS

**BIVOCALIDADE EM MÍDIAS DIGITAIS: O SURGIMENTO DE VOZES
NEOLIBERAIS EM UM VÍDEO PROPAGANDA DO BANCO DO BRASIL**

RIO GRANDE

2024

ÉMERSON LUÍS MAURMANN LEMOS

BIVOCALIDADE EM MÍDIAS DIGITAIS: O SURGIMENTO DE VOZES NEOLIBERAIS
EM UM VÍDEO PROPAGANDA DO BANCO DO BRASIL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras, área de concentração em Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande – FURG como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Letras

Orientador(a): Profª Drª Kelli Machado da Rosa

Ficha Catalográfica

L557b Lemos, Émerson Luís Maurmann.

Bivocalidade em mídias digitais: o surgimento de vozes
neoliberais em um vídeo propaganda do Banco do Brasil / Émerson
Luís Maurmann Lemos. – 2023.

206 f.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande –
FURG, Programa de Pós-Graduação em Letras, Rio Grande/RS,
2023.

Orientador: Dra.Kelli Machado da Rosa.

1. Dialogismo 2. Bivocalidade 3. Neoliberalismo 4. Banco do
Brasil 5. Discurso propagandistas I. Rosa, Kelli Machado da II.
Título.

CDU 81'1

Catálogo na Fonte: Bibliotecária Simone Tarouco Przybylski CRB 10/1166



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE - FURG
INSTITUTO DE LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS



ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO nº 05/2024

No dia cinco de abril de dois mil e vinte e quatro, através de videoconferência, realizou-se a 266ª defesa de dissertação no PPGL-FURG, do mestrando **Emerson Maurmann Lemos**, intitulada "**Bivocalidade nas mídias digitais: o surgimento de vozes neoliberais em um vídeo-propaganda do Banco do Brasil**". A sessão foi aberta às nove horas pela Profa. Dra. Kelli Machado da Rosa (FURG), orientadora da dissertação e presidente da Comissão de Avaliação que também foi composta pelo Prof. Dr. Adail Ubirajara Sobral (FURG), pelo Prof. Dr. Juarez José Rodrigues Fuão (FURG) e pela Profa. Dra. Cristhiane Ferreguett (UNEB). Depois da apresentação, arguição e respostas, a Comissão decidiu que **APROVA** o mestrando neste requisito parcial e último para a obtenção do grau de Mestre em Letras, na área de concentração em Estudos da Linguagem. A banca aponta que o trabalho abordou o tema satisfatoriamente e recomenda que os ajustes indicados sejam realizados. Após, a presidente publicou o resultado e encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ata.

Documento assinado digitalmente

 **KELLI MACHADO DA ROSA**
Data: 05/04/2024 16:34:19-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Kelli Machado da Rosa (orientadora – FURG)

Documento assinado digitalmente

 **ADAIL UBIRAJARA SOBRAL**
Data: 30/07/2024 14:18:35-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Adail Ubirajara Sobral (FURG)

Documento assinado digitalmente

 **JUAREZ JOSE RODRIGUES FUAO**
Data: 08/04/2024 20:01:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Juarez José Rodrigues Fuão (FURG)

Documento assinado digitalmente

 **CRISTHIANE FERREGUETT**
Data: 07/04/2024 20:50:34-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Cristhiane Ferreguett (UNEB)

AGRADECIMENTOS

Agradeço antes de tudo à minha grande e linda família, pelo apoio e força pra seguir em frente. Em especial à minha mãe, avó e tias Luciana e Luana que são modelos de inteligência, garra, afeto e ternura. Aos meus irmãos mais novos Mariana, Yasmin, André, Israel, Murilo, Maiara e Maria Luisa que são as coisas mais preciosas da minha vida. Eu não consigo demonstrar em palavras amor que tenho por todos vocês, eu não seria nada sem esse amor!

Agradeço ao meu namorado Reinan pelo companheirismo, por dividir seu dia a dia comigo e me ajudar nesse trajeto árduo porém extremamente recompensador que é a vida acadêmica. Além das minhas melhores amigas Carolina e Ritieli pelas humoradas conversas e palavras de amor tão fundamentais para eu seguir em frente.

Agradeço à Capes pelo financiamento deste trabalho que começou como um pequeno projeto e transformou-se em uma preciosa investigação, para mim, sobre o espaço social no qual estou e estamos inseridos.

Agradeço ao grupo de pesquisa “Relações entre ética, discurso e mídias” por me apresentar com maior profundidade e propriedade os textos do Círculo de Bakhtin, sendo sempre um espaço aberto ao diálogo e ao carinho. Em especial à coordenadora deste grupo, também orientadora e amiga profa. Dra. Kelli Machado da Rosa por todos seus ensinamentos e assistência.

Agradeço à Universidade Federal do Rio Grande por ser um lar acolhedor e instrutivo, bem como os professores que já encontrei nessa estrada.

Agradeço aos trabalhadores e trabalhadoras brasileiros que seguem em frente buscando um futuro melhor mesmo com tantas dificuldades, levando este país nas costas ainda que não sejam reconhecidos por isso.

Agradeço a todos que passaram pelo meu caminho e de alguma forma contaram suas histórias, contribuindo para que eu seja a pessoa que sou hoje e que me tornarei no futuro.

RESUMO

O neoliberalismo nasceu, se desenvolveu e foi aplicado nas agendas políticas da burguesia no século XIX, tendo seu grande momento de destaque nas gestões da primeira-ministra Margaret Thatcher na Inglaterra e do presidente Ronald Regan nos Estados Unidos. Esse cenário social, político e econômico é palco das interações entre sujeitos responsivos e responsáveis, aptos a redirecionarem sentidos na e pela linguagem, balizada pela doutrina neoliberal e suas valorizações sobre o mundo, a vida, e a sociedade. Com intuito de ver a expansão destes valores, divisamos as mídias digitais como esfera de intensa circulação discursiva de locutores que se posicionam semântica e axiologicamente, afetados pela doutrina neoliberal, ecoando distintas vozes sociais ao construírem enunciados. Por isso, tendo em vista o protagonismo no Estado na garantia da liberdade econômica por intermédio de suas instituições e as mídias sociais como mola propulsora de discursos na sociedade, divisamos um conteúdo propagandista produzido e publicado pelo Banco do Brasil (BB) no *Youtube*. Nosso objetivo é analisar a interação entre sentidos em trechos do vídeo “O Futuro do Trampo – Ep. 01 O Futuro da Saúde”, a partir do enlace entre distintas vozes sociais e liberais que balizam esta materialidade. Buscamos chegar no destino pretendido fundamentados nos estudos do Círculo de Bakhtin, destacando a bivocalidade como um conceito-chave que rege este trabalho. Nosso caminho metodológico se guiou pela contextualização histórica do BB desde os anos 1990, do episódio “O futuro da saúde” e seus conteúdos complementares disponibilizados em outras mídias sociais (Instagram e X), das concepções sobre mídias e o discurso propagandista ancoradas, principalmente, nos estudos de Patrick Charaudeau. Na análise, percebemos um intenso processo de bivocalização em distintas partes do discurso em foco, de forma que as valorizações sobre a sociedade, a realidade e os sujeitos, surgidas nos antros de formulação teórica do neoliberalismo, são os meios pelos quais o banco se apresenta como instrumento de vitória em um jogo competitivo e os personagens do vídeo como modelos desse estilo de vida. A empresa encontra nesse ambiente teórico a possibilidade de se mostrar uma aliada preocupada com o futuro de trabalho dos jovens, na formulação de um conteúdo educativo com acessibilidade em uma mídia digital que participa do cotidiano deste público. Concluimos afirmando que embora parte dos cidadãos brasileiros acreditem que o neoliberalismo fora derrotado ou enfraquecido pela crise de 2008, pudemos perceber que seus valores seguem latentes na linguagem, sobretudo nas mídias pela orientação de sentidos advindas de sujeitos que modificam a realidade enquanto são modificados por ela.

Palavras-chave: Dialogismo; Bivocalidade; Neoliberalismo; Banco do Brasil; Discursopropagandistas

ABSTRACT

Neoliberalism was born, developed, and was implemented in the political agendas of the bourgeoisie in the 19th century, reaching its pinnacle during the administrations of Prime Minister Margaret Thatcher in England and President Ronald Reagan in the United States. This social, political, and economic scenario serves as the backdrop for interactions among responsive and responsible individuals capable of redirecting meanings in and through language, guided by neoliberal doctrine and its valuations of the world, life, and Society. In order to observe the expansion of these values, we identify digital media as a sphere of intense discursive circulation where speakers position themselves semantically and axiologically, influenced by neoliberal doctrine, echoing diverse social voices as they construct statements. Therefore, considering the state's role in guaranteeing economic freedom through its institutions and social media as a driving force of discourse in society, we analyze a propagandistic content produced and published by Banco do Brasil (BB) on YouTube. Our objective is to analyze the interaction between meanings in excerpts from the video "The Future of Work - Ep. 01 The Future of Health," focusing on the interplay between different social and liberal voices that frame this materiality. We aim to reach our intended destination grounded in Bakhtin's Circle studies, highlighting "bivocality" as a key concept governing this work. Our methodological approach is guided by the historical context of BB since the 1990s, the episode "The Future of Health," and its complementary content available on other social media platforms (Instagram and X), as well as conceptions of media and propagandistic discourse anchored primarily in the studies of Patrick Charaudeau. In our analysis, we observe an intense process of bivocalization in different parts of the focused discourse, whereby the valuations on society, reality, and subjects originating in the theoretical formulations of neoliberalism are the means through which the bank presents itself as an instrument of success in a competitive game, and the characters in the video as models of this lifestyle. In this theoretical environment, the company finds the opportunity to present itself as an ally concerned with the future work prospects of young people, formulating educational content accessible through digital media that is part of the daily lives of this audience. We conclude by affirming that although some Brazilian citizens believe that neoliberalism was defeated or weakened by the 2008 crisis, we can perceive that its values remain latent in language, especially in media, through the orientation of meanings arising from subjects who modify reality while being modified by it.

Keywords: Dialogism; Bivocality; Neoliberalism; Banco do Brasil; Propagandist discourse

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1:** início do canal Banco do Brasil no *Youtube*;
- Figura 2:** subseção “sobre” no canal Banco do Brasil no *Youtube*;
- Figura 3:** painel de vídeos disponibilizados pelo BB no *Youtube*;
- Figura 4:** página investimentos no site do BB 1;
- Figura 5:** página investimentos no site do BB 2;
- Figura 6:** capa do relatório anual do Banco do Brasil em 2000;
- Figura 7:** destaques Ambientais, Sociais e Governanças no relatório do BB;
- Figura 8:** início do vídeo-chamada para o programa "O futuro do trampo";
- Figura 9:** vídeo-chamada na mídia digital X do Banco do Brasil: pausada em 00:04;
- Figura 10:** vídeo-chamada na mídia digital X do Banco do Brasil: pausada em 00:09;
- Figura 11:** letras estilizadas do vídeo-chamada do programa “O futuro do trampo”;
- Figura 12:** vídeo-chamada para o canal Banco do Brasil no *Youtube*;
- Figura 13:** organização do episódio pela empresa;
- Figura 14:** estilização das letras da vinheta;
- Figura 15:** Davi se desloca pelo cenário;
- Figura 16:** representação simbólica de Steve Jobs pela estética;
- Figura 17:** coreografia gestual de Davi;
- Figura 18:** Edição dinâmica do vídeo;
- Figura 19:** edição humorada no episódio;
- Figura 20:** paleta de cores extraídas do quadro de Davi;
- Figura 21:** paleta de cores extraídas do quadro de Déborah;
- Figura 22:** paleta de cores extraídas do quadro de Monalisa;
- Figura 23:** tela de todos os participantes ajeitadas no enquadramento;
- Figura 24:** representação imagética da nova seção;
- Figura 25:** gesticulação de Monalisa;
- Figura 26:** expressões de Déborah;
- Figura 27:** o game “Desenvolver”;
- Figura 28:** movimento de Davi;
- Figura 29:** expressões das entrevistas;
- Figura 30:** sorriso tenso de Débora;
- Figura 31:** edição da reação de Monalisa;
- Figura 32:** publicidade da conta universitária;
- Figura 33:** Davi faz uma surpresa.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: dados do Banco do Brasil e Itaú Unibanco em 2010:

Tabela 2: Planos e metas engendrados na Agenda 21 Empresarial do BB

Tabela 3: Esquematização do vídeo “O Futuro do Trampo – Ep. 01 - O futuro da Saúde”

LISTA DE ABREVIATURAS

BB - Banco do Brasil
BC - Banco Central
CEF – Caixa Econômica Federal
CFP - *Certified Financial Planner*EM – Ensino Médio
EUA – Estados Unidos da América
FAT - Fundo de Amparo ao trabalhador
FGE - Fundo de Garantia à Exportação
FGI - Fundo Garantidor de InvestimentoFMI - Fundo Monetário Internacional
FND- Fundo Nacional do Desenvolvimento
LaBB – Laboratório Banco do Brasil
MF – Ministério da Fazenda
MFL – Marxismo e Filosofia da Linguagem
MURP -Movimento Unificado de Reintegração/Readmissão dos PedevistasNL – *New Labour*
OPEP - Organização dos Países Exportadores de Petróleo
PIS-PASEP - Programa de Integração Social; Patrimônio do Servidor PúblicoPPD –
Problemas de poética de Dostoiévski
PROES - Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro
Nacional
TST – Tribunal Superior do Trabalho
UniBB- Universidade Corporativa Banco do Brasil

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. POTENCIALIDADES DA TEORIA DIALÓGICA PARA A COMPREENSÃO DOS FENÔMENOS SOCIAIS	20
1.1 SIGNOS IDEOLÓGICOS, LINGUAGEM E SOCIEDADE	25
1.2 O ENUNCIADO E OS GÊNEROS DO DISCURSO	31
1.3 PALAVRAS POVOADAS: INTER-RELAÇÃO DE VOZES NO DISCURSO	36
2. NEOLIBERALISMO: DO PLANO POLÍTICO-ECONÔMICO AO PLANO SIMBÓLICO	44
2.1 CONCEITOS E VALORES: “ESTADO LIVRE, ECONOMIA FORTE”.	53
2.2 TRABALHO E LIBERDADE NA REALIDADE NEOLIBERAL CONTEMPORÂNEA	62
3. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PROPAGANDA E ORIENTAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA ANÁLISE.	74
3.1 PROPAGANDAS, BANCOS E A MARCA BANCO DO BRASIL	75
3.2 BANCO DO BRASIL A PARTIR DE 1990.	86
3.3 A CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DO PROGRAMA “O FUTURO DO TRAMPO” EASPECTOS GERAIS DO EPISÓDIO “O FUTURO DA SAÚDE”	104
3.3.1 OS PERSONAGENS DO VÍDEO “O FUTURO DA SAÚDE”	111
3.4 ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS PARA A ANÁLISE	119
4. ANÁLISE DO EPISÓDIO “O FUTURO DA SAÚDE”	129
4.1 INTRODUÇÃO, PERGUNTA BOMBA E OLHANDO PRA FRENTE	129
4.2 MUDANDO DE ASSUNTO E DICAS FINAIS	167
CONSIDERAÇÕES FINAIS	187
REFERÊNCIAS.	195

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é demarcada pelas relações humanas que se desenvolvem no solo fértil e abrangente do neoliberalismo, atual momento histórico do capitalismo. Segundo Harvey (2005), esse período tem início a partir dos anos de 1970, na prática pela adoção de medidas econômicas e políticas na gestão de Deng Xiaoping na China, Margaret Thatcher na Grã-Bretanha e Ronald Reagan nos Estados Unidos. O autor ainda acrescenta que a teoria prevê “o bem-estar humano pode ser mais bem promovido liberando-se as liberdades e capacidades empreendedoras individuais no âmbito de uma estrutura institucional caracterizada por sólidos direitos a propriedade privada, livres mercados e livre comércio” (Harvey, 2005, p.12).

Assim, teoricamente, o Estado teria o papel de assegurar estes direitos individuais sem interferir internamente do mercado assegurando a sua permanência através do controle social – essa lógica é traduzida por Foucault (2022, p.161) como “governar para o mercado, em vez de governar por causa do mercado”.

No Brasil, a reforma trabalhista de 2017¹ exemplifica como esse movimento ideológico atravessou os anos e as fronteiras geográficas, influenciando outros políticos até os dias de hoje. A lei flexibilizou as relações de trabalho entre empregador e empregado, sobrepondo o negociado sobre o legislado, sem fortalecer a associação coletiva dos trabalhadores (Carvalho, 2017). No dia da aprovação, o então presidente Michel Temer falou que o país caminhava para um futuro onde seria mais competitivo, sem desemprego e oportunidade para todas as crianças (Brandão, 2017); anteriormente, o ex-ministro da justiça, Ronaldo Nogueira, afirmara que a reforma asseguraria direitos, segurança jurídica e mais empregos, bem como declarou que o Brasil venceu a crise (Estado de Minas, 2017).

Colocamos essas temáticas destacadas das falas dos políticos em relação ao discurso de Margaret Thatcher na conferência do partido conservador de 1986, disponibilizado no canal do Youtube Lucas Gomes (2013). A primeira-ministra, conhecida por fazer uma série de privatizações na Inglaterra, fala em uma sociedade idealizada a qual denomina “democracia de cidadãos-proprietários” e promete que em breve todos teriam sua casa própria, oportunidade (de emprego) e direito à propriedade. Na superfície discursiva já podemos

¹ O Projeto de Lei (PL) 6.787 foi apresentado em dezembro de 2016 à Câmara dos Deputados pelo Poder Executivo, na época chefiado pelo então presidente Michel Temer (FIA *School Business*). Dentre seus objetivos destacam-se a diminuição da informalidade, dos custos e dos conflitos associados em vista do aumento de produtividade e contratação coletiva através da regulação das relações individuais de trabalho, políticas de trabalho, *stricto sensu* e das instituições responsáveis por essa regulação (Campos, 2017). A reforma foi aprovada com 296 votos (majoritariamente advindo da direita e centro-direita) contra 177 contrários (G1, 2017).

atestar uma ligação dos defensores de políticas neoliberais em diferentes épocas, além de que estas ideias persistem até a atualidade.²

Ademais, diversas propagandas foram lançadas naquele ano promovendo um valor positivo à reforma, em nome do governo federal. A análise de Dias (et. al, 2022) demonstra sua intenção persuasiva, na ampla divulgação digital investida em redes sociais e outros canais de comunicação oficiais da época, atestando que as peças publicitárias conectavam diferentes fragmentos da realidade em uma mensagem idealizada e desconectada das propostas concretas do até então projeto de lei. O poder das mídias de comunicação na promoção de ideias políticas para o povo, bem como o forte teor neoliberal que rondava as propostas e a publicidade em torno dela são indícios da propagação destes valores na comunicação social cotidiana.

Em meio ao debate sobre as privatizações de empresas estatais³, os bancos públicos brasileiros muitas vezes acabam sendo o objeto central de discussão devido a administração de recursos públicos como os programa e fundos nacionais⁴. A temática foi discutida novamente após declaração do ex-ministro da economia Paulo Guedes às vésperas da eleição, em setembro de 2022, ao falar do desejo de privatizar o Banco do Brasil e a Caixa econômica Federal caso Jair Bolsonaro fosse reeleito (Rede Brasil atual, 2020). A afirmação foi entendida como estratégia política para unir as forças do capital em torno da figura do ex-presidente, além do apoio daqueles que defendem o estado mínimo como forma de assegurar qualidade de serviço e redução da corrupção.

Entendemos que o Neoliberalismo, nesse contexto de jogo político, pode soar apenas como uma forma de administração e estratégia de marketing eleitoral pensada em vista das problemáticas enfrentadas pelos países pioneiros com base do Liberalismo Clássico, replicadas por admiradores ao longo do tempo em diferentes regiões do mundo. Partimos dos estudos de Pierre Dardot e Christian Laval (2016) que apontam a terminologia como representativa, na verdade, da complexa doutrina pensada e constantemente reformulada por diferentes grupos desde 1930, em seu início devido à grande crise de 1929. Estes preceitos consistem em um sistema de normas nas práticas governamentais, estilos gerenciais e políticas institucionais. A “lógica neoliberal”, entretanto, ultrapassa a esfera administrativa, o plano econômico, tornando-se “um sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida” (Dardot;

² Link para o vídeo no Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=jD7WDurTFXA>.

³ Desde a inserção da doutrina no Brasil, na gestão do presidente Fernando Collor, pelos ao menos 12 bancos estaduais brasileiros foram extintos ou vendidos para bancos privados. (dados do Banco central).

⁴ Destacamos alguns como o FGI, FGE, FAT, PIS-PASEP e FND.

Laval, 2016, p.26).

Outros estudiosos, em suas áreas do saber, partem da superação da doutrina enquanto apenas um modelo de administração, atestando seu domínio à organização da vida privada e pública - familiar, trabalhista, amorosa, escolar etc. Sobre esse recorte, por exemplo, Loïc Wacquant (2012) aponta e problematiza duas principais tendências de pensamento nos estudos da Antropologia, destoantes entre si: imposição da economia neoclássica como modo de pensamento, que tem o mercado como regulador das trocas, sem levar em conta as instituições do Estado; racionalidade política maleável que se insinua em todas as esferas da vida, em todas as instituições, mas sem nenhum fundamento externo.

Para a compreensão do fenômeno exposto, partimos pela Filosofia da linguagem desenvolvida ao longo de décadas por Bakhtin, Volóchinov, Medvedév e outros teóricos russos do início XX, conhecidos como O Círculo de Bakhtin⁵. Bakhtin em especial, contribuiu para a formulação de uma filosofia primeira, diferenciando o ser da teoria (aquele abstraído, imaginativo, acabado em sua potencialidade) do ser da vida (real, do dia-a-dia e das interações sociais) (Faraco, 2016). A linguagem é analisada pela sua materialização, em seu contexto real de comunicação - dita por alguém e quem é esse alguém, em relação ao outro e quem é esse outro. O Círculo “mira sujeitos em determinadas condições histórico-sociais-culturais e situações instauradas por (e instauradoras de) atividades específicas de esferas de produção, circulação e recepção do ser/fazer humano” (Brait, 2004, p. 5).

Nesse sentido, retomamos diferentes conceitos surgidos no processo de reflexão dos filósofos do Círculo, porque oferecem recursos para compreendermos a inter-relação entre diferentes discursos que se entrecruzam nas esferas da atividade humana. Na nossa perspectiva, tais espaços contam com a doutrina neoliberal enquanto mola propulsora de muitas conexões entre sujeitos organizados socialmente, devido sua interferência no funcionamento das instituições do Estado e na vida verboideológica dos cidadãos que o compõe – ou que as vozes neoliberais surgem nos locais onde a comunicação discursiva é instaurada.

Sobre o conceito de vozes, Bakhtin (2005) demonstra em Problemas da Poética de Dostoiévski, dentre outros aspectos, a presença de pelo ao menos duas orientações semânticas (ou duas vozes) nos enunciados dos personagens constituídos na narrativa do romancista russo, a do locutor e a de um outro. O filósofo, no ensaio os Gêneros do Discurso (Bakhtin,

⁵ Grupo de intelectuais russos que se reunia entre os anos de 1919 e 1929. Desta associação se originaram reflexões, postulações e concepções sobre diversos assuntos, sendo esse “um grupo multidisciplinar” (FARACO, 2009, p. 13). Dos integrantes do Círculo, os mais conhecidos devido aos seus estudos linguísticos e literários são Mikhail M. Bakhtin, Valentin N. Volóchinov e Pavel N. Medvedev

2016), também aprofunda as relações entre locutor e interlocutor no plano da construção enunciativa, atestando a compreensão responsiva de um ouvinte que entra em contato com os valores expostos pelo falante e posteriormente os replica, toma uma atitude em relação a eles, utiliza dessas palavras em sua própria composição enunciativa. Por fim, em *Marxismo em Filosofia da Linguagem* (Volóchinov, 2021) surge o conceito dos Estilos de Transmissão do Discurso Alheio que são as tendências de como os locutores utilizam palavras de outros quando mobilizam o sistema da língua ao se voltarem ao seu interlocutor (ou interlocutores), de forma mais ou menos delineada no enunciado.

Ao considerarmos estes conceitos, porém, não podemos nos distanciar das noções mais básicas instituídas pelo Círculo como os signos ideológicos que são produzidos no enunciado, refletindo e refratando visões de mundo dos sujeitos por meio da linguagem, um palco ou arena onde distintos valores se chocam e disputam avaliações sociais. Partimos da ideia que há tipificações relativamente estáveis de enunciado, os inúmeros gêneros do discurso que estão interligados às esferas da atividade humana. Sendo assim, compreender a inter-relação entre diferentes discursos que rondam as esferas de atividade, os diálogos entre distintas vozes sociais, requer um exame mais ou menos profundo destes princípios que se ligam na concepção do dialogismo.

Partimos da hipótese de que a doutrina neoliberal se traduz e se expande por meio das visões de mundo de sujeitos que transitam por diversas esferas da atividade humana e que constroem coletivamente, por meio da linguagem, sentidos sobre o mundo, a vida e a realidade coletiva que os permeia. Isto implica observar a interrelação entre seres humanos em vista do contexto social, histórico e geográfico de produção enunciativa, considerando inclusive o mercado, o Estado e as instituições sociais (elementos apontados por Wacquant nos estudos antropológicos). Além de que a possibilidade de deflagrar estes valores é oportuno por meio da materialização dessa linguagem, através do discurso.

Com o presente cenário socio-histórico e discursivo exposto, pretendemos analisar o vídeo propagandista “O futuro do trampo – Ep. 01 – O futuro da saúde”, publicado no canal do Banco do Brasil no Youtube em 8 de janeiro de 2021⁶. Ele faz parte do programa “O futuro do trampo”, uma campanha educativa de 9 episódios temáticos voltada aos universitários, tratando sobre as tendências para o futuro em diferentes áreas de atuação profissional. Os 6 primeiros episódios são apresentados pelo auto denominado jovem empreendedor Davi Braga e os 3 últimos pela influenciadora digital Bianca Alves e, na

⁶ Link do vídeo no Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=LxArOz6rank> .

mesma estrutura de entrevistas, abordam Economia Criativa, Tecnologia da Informação, Planejamento Financeiro, Direito, Empreendedorismo, e-Sports, Engenharia e Inteligência Artificial.

Neste primeiro vídeo postado, o apresentador Davi Braga entrevista duas profissionais bem sucedidas com formação nos cursos de medicina e psicologia. Selecionamos ele por sua data de publicação, quando o Brasil ainda enfrentava a conturbada pandemia de COVID-19. Nos é valiosa a perspectiva de que mesmo nesta data tão marcante, após o fim de 2020 com incidência de 92,77 mortes por COVID-19 para cada 100mil habitantes⁷ (fonte: ministério da saúde), possa ser possível indicar como a doutrina tem suas raízes e suas matizes permeando qualquer assunto que surge na sociedade, inclusive (se não principalmente) na esfera midiática.

O Banco do Brasil é uma sociedade de economia mista⁸. Conforme as informações disponibilizadas em seu site oficial na sessão “sobre nós”, a empresa objetiva apoiar o desenvolvimento do país e gerar valor para a sociedade em áreas como cultura, esporte, sustentabilidade e tecnologia. Dentre os serviços oferecidos, destacamos as contas, seguros, investimento, solução de dívidas e empréstimo (BB, 2023). Ou seja, possui funções relacionadas a administração de recursos públicos, mas também busca captar clientes com benefícios únicos e campanhas de marketing sendo uma grande instituição com seus próprios interesses e metas.

Nos detemos ao enunciado do Banco do Brasil por ser o maior banco público do país. Entreolhar os sentidos impulsionados sob responsabilidade desta empresa financeira nos é interessante na medida em que o Estado e suas instituições, nessa nova razão de mundo (nos termos de Dardot e Laval na obra de 2016) têm papel ativo na garantia desse sistema de normas.

Esse enunciado surge no sentido de promover a conta bancária “BB conta universitária” e outros serviços disponíveis do banco em questão, construindo uma atmosfera publicitária – caracterizada, inicialmente, pelos métodos desenvolvidos desde a antiguidade para a propagação de ideias políticas, comerciais e religiosas; posteriormente com finalidade

⁷ Estes dados podem ser conferidos no link: https://infoms.saude.gov.br/extensions/covid-19_html/covid-19_html.html

⁸ Pessoas jurídicas de direito privado, integrantes da Administração Indireta, instituídas pelo Poder público, mediante autorização de lei específica, sob a forma de sociedade anônima, com participação obrigatória de capital privado e público, sendo da pessoa política instituidora ou de entidade da respectiva Administração Indireta e controla acionário, para a exploração de atividades econômicas ou para a prestação de serviços públicos. (Alexandrino; Paulo, 2008, p.73). O autor ainda acrescenta que as diferenças entre empresas públicas e sociedade de economia mista sejam unicamente formais

de disseminar ideias voltadas ao consumo (Vaz; Peruyera, 2020). O discurso propagandista, todavia, não se restringe à esfera da publicidade, podendo se apresentar no discurso político, jornalístico, religioso, jurídico e outros diversos, porque se volta à atitude de convencimento entre um participante da comunicação que busca manipular e outro que tem consciência do jogo manipulativo (Charaudeau, 2012).

Com estas considerações iniciais expostas, tendo em vista o cenário atual e a importância dos estudos do Círculo para a investigação sobre a linguagem e os sujeitos culturais, procuramos alcançar nosso principal objetivo que é compreender os sentidos no vídeo “O futuro da saúde” produzido e publicado sob responsabilidade do Banco do Brasil, a partir da instauração do discurso bivocal nesse contexto. Observaremos estas relações na tentativa de divisar os limites entre as palavras dos locutores/personagens do vídeo propagandista e palavras de outros (advindas de vozes sociais e neoliberais), fenômeno que comumente ocorre na comunicação discursiva conforme considera Bakhtin em Problemas da Poética de Dostoiévski (2005) e Volóchinov em Marxismo e Filosofia da Linguagem (2021).

Nossos objetivos específicos gerados como consequência do destino pretendido são: a) Assimilar a construção enunciativa do vídeo “O futuro da saúde”, considerando seu caráter educativo e propagandista; b) Compreender como vozes sociais e neoliberais se relacionam e criam sentidos na instauração do discurso bivocal pelos locutores-personagens nesse contexto; c) Observar os signos verbais e visuais no enunciado escolhido e como refletem e refratam valores dos interlocutores sobre o mundo, a vida e a si mesmos; d) Entrever as posições axiológicas dos locutores-personagens presentes no vídeo levando em conta as dimensões subjetivas balizadas pela ideologia neoliberal; e) Divisar os limites entre as palavras dos locutores-personagens e palavras alheias no episódio “o futuro da saúde” em como uma dimensão subjetiva se orientam para o outro na criação de sentidos sobre trabalho, liberdade e identidade, quando possível.

Levando em conta que o neoliberalismo é uma doutrina que modificou as formas de organização social e as subjetividades de sujeitos que constituem as bases de uma organização social como o Estado, defendemos que teoria dialógica do discurso pode ser um campo de estudos eficaz para entender a criação destes novos sentidos sobre a vida através da linguagem. Pretendemos contribuir para as duas áreas através deste atrelamento: contribuição da análise dialógica do discurso para os estudos sobre o neoliberalismo e as concepções sobre o neoliberalismo desenvolvidos em matérias como, por exemplo, história, economia e antropologia para os estudos da linguagem.

Na dimensão social, é fundamental perceber a constituição de sujeitos tão complexos como os seres humanos nesta fase atual, que vem sendo apontada por autores como Brown (2019) e Fraser (2018) a causa da intensa ascensão da extrema direita e de representantes políticos neofascistas ao redor do mundo nos últimos anos, acreditamos que este evento é observável através da comunicação discursiva, bem como uma de suas causas já que “a palavra participa literalmente de toda interação e de todo contato entre as pessoas” (Volóchinov, 2021, p. 106), sendo ela a indicadora de toda e qualquer mudança social.

Como já exposto, nosso caminho teórico-metodológico segue pelo ideário do Círculo sobre a linguagem. Assim, ponderamos sobre a inter-relação entre elementos sociais e histórico na constituição de sujeitos responsivos e responsáveis que modificam a realidade social por meio da linguagem, bem como são modificados por ela. A bivocalidade e os Estilos de Transmissão do Discurso Alheio são fundamentais nesse cenário, procuramos dividir os limites mais ou menos diluídos entre palavras dos personagens do vídeo “O futuro do trampo – ep1: o futuro da saúde” e palavras alheias, bem como suas possíveis orientação para estas palavras pela instauração do discurso bivocal de orientação única, discurso bivocal de orientação varia ou discurso bivocal de tipo ativo.

Também fazemos uma contextualizamos do nosso complexo objeto, um vídeo que simula um programa educativo de entrevista com profissionais da área da saúde sob responsabilidade da marca Banco do Brasil e coberto por uma atmosfera publicitária, através de pesquisas que ampliem nosso conhecimento sobre o discurso propagandista, o discurso midiático, ciberpublicidade, publicidade institucional e propagandas de bancos. Em relação ao locutor do grande enunciado “O futuro da saúde”, o BB, trazemos um breve panorama do histórico da empresa em termos culturais e econômicos partindo dos anos 90, fase de instauração do neoliberalismo no Brasil.

Enquanto isso, apresentamos de forma mais geral o episódio “O futuro da saúde”, os conteúdos-chamada publicados pelo BB em algumas mídias sociais convocando o público para o vídeo no Youtube e os personagens que interagem nele: o empreendedor Davi Braga que apresenta e entrevista; a médica e influenciadora digital Monalisa Nunes; e Déborah Lazzarini, psicóloga e funcionária do banco do Brasil na área de Gestão de pessoal do BB Seguros.

Ainda tratamos sobre signos ideológicos, concepção do enunciado verbo-visual, *softwares* para identificação de cores e músicas no episódio, discurso empresarial e estilo de vida empreendedor. Acatamos estes outros aspecto como essenciais para o entendimento do

objeto conforto o recorte proposto neste trabalho, encaminhando nossa análise do vídeo “O futuro da saúde” dividida em duas partes: primeiro as seções introdução, pergunta bomba, olhando para frente, imaginário do sucesso; posteriormente, as seções mudando de assunto, momento me convença e finalização. Ao total são 8 minutos e 46 segundos de vídeo analisados.

Em relação as dimensões do objeto, atenuamos que em um plano temos as interações internasdo conteúdo publicitário (enunciados constituídos na relação entrevistador/entrevistadas) e no outro, mais amplo, a constituição do grande enunciado que é o vídeo postado no canal de Youtube do Banco do Brasil. Por isso, nos é fundamental o entendimento da construção enunciativa através de seu cenário, a música de fundo, o enquadramento dos participantes, o desenhos e as letras coloridas sobre a tela etc, que em sua conjuntura visam propagar ideias ao público-alvo através de valorações sobre o futuro do trabalho, os sujeitos e uma pretensa realidade social.

Por fim, em relação à organização do trabalho, primeiro discutiremos os princípios teóricos-metodológicos do círculo enquanto potencialidades para compreensão dos fenômenos sociais; depois apresentamos o neoliberalismo através de seu contexto histórico e seus princípios ideológicos, sobretudo em relação aos tópicos trabalho, sujeitos e liberdade; contextualização do objeto e critérios de análise; a seção de análise do vídeo “o futuro da saúde e nossas considerações finais.

1. POTENCIALIDADES DA TEORIA DIALÓGICA PARA A COMPREENSÃO DOS FENÔMENOS SOCIAIS

A linguagem, na teoria dialógica do discurso, tem importância fundamental para o entendimento de fenômenos sociais pois é um espaço de constituição subjetiva e das concepções sobre a realidade, de forma que o sujeito aparece no centro da cultura, da história e da vida. Pensemos nas relações humanas que se estabelecem no trabalho, na escola, na praça pública, em casa... O sujeito fala, sinaliza, escreve ou mexe o corpo de determinada maneira em cada um destes espaços, os produtos destes atos, que são sógnicos, constituem em parte o que é o trabalho e o que é a casa. A estrutura do Estado orienta a criação de sentido nos seus limites, em suas diferentes esferas de atividade, mas ele próprio existe dentro do simbólico - não é possível haver uma estrutura política, histórica e ideológica sem seres humanos políticos, históricos e ideológicos.

Nesse sentido, Volóchinov (2017) reitera a onipresença social da palavra, porque ela participa de todo contato entre os humanos que estão inseridos em uma coletividade sógnica, ou seja, fazem parte de uma conjuntura que depende da inter-relação entre seus participantes para construção de sentido. A comunicação é um fenômeno humano indissociável das práticas sociais já que cotidianamente podemos deflagrar o som da fala, as marcas no papel, a interface do jornal eletrônico e outros meios utilizados para encarnar sentidos, refratando a existência.

A comunicação discursiva ocorre entre, ao menos, dois indivíduos que têm percursos de vida únicos e que ativamente participam da comunicação discursiva cotidiana. Tanto eu, quanto o outro, mobilizamos nosso conhecimento de mundo e nos empreendemos ativamente em um evento de interação, porque nos constituímos dessa forma, mas não damos acabamento a nossa existência nesse único momento. Mesmo no discurso interior o locutor projeta um auditório, um outro que possa ser ouvinte de sua formulação discursiva.

Em derradeiro, o ser humano discursivo enquanto objeto de estudo não pode ser compreendido (cientificamente) de forma abstrata, ser taxado ou categorizado, pois assim seria objetificado, finalizados pelo olhar científico.

O mundo como conteúdo do pensamento científico é um mundo particular, autônomo, mas não separado, e sim integrado no evento singular e único do existir através de uma consciência responsável em um ato-ação real. Porém, tal existir como evento singular não é algo pensado: tal existir é, ele se cumpre realmente e irremediavelmente através de mim e dos outros – e,

certamente, também no ato de minha ação-conhecimento; ele é vivenciado, asseverado de modo emotivo-volitivo, e o conhecer não é senão um momento deste vivenciar-asseverar global. (Bakhtin, 2011, p.58)

Bakhtin faz uma ruptura entre a ciência alheia à historicidade viva (indiretamente referindo-se ao formalismo e ao positivismo de sua época) em vista de uma filosofia primeira que leva em conta um ser humano complexo e inacabado, apto à mudança, dotado de uma série de características irrestritas – uma separação entre a pessoa da vida e a pessoa da teoria. Chamamos atenção à atitude ativa de quem vive, em relação a sua própria existência, porque se expressa, emociona, aprecia, responde; ou seja, se responsabiliza por sua posição no mundo, que não pode ser ocupada por mais ninguém. No plano da linguagem, o que temos não é o humano categorizado (como no mundo das ciências biológicas), mas alguém localizado no âmbito do sentido.

O ato responsivo e responsável é um princípio do ser social no seu existir-evento, porque é através da ação (ou ato de fala, ato de expressão, ato de escrita...) que ocupa seu lugar no mundo e interfere no curso da realidade, o aspecto da responsabilidade se encaixa no sentido de que sabe do seu papel e se responsabiliza por ele, não lhe é indiferente. Por isso, na tradição de estudos dialógicos da linguagem utilizamos termos como enunciado-evento, sujeito relacional, unicidade/irrepetibilidade, conceitos que enfocam um recorte do ser em sua potencialidade infinita, no espaço constitutivo da língua.

Sobre o papel da linguagem nas pesquisas sobre práticas sociais, Moll e Di Fanti (2022, p.3) apontam que “A própria pesquisa em Ciências Humanas, amparada por essa perspectiva, desenvolve-se sob as lentes da alteridade, privilegiando o ato de conhecer em sua efetiva dialogicidade”. Estas concepções culminam no entendimento de um sujeito que se relaciona com o outro e apenas nesta troca alteritária que ambos conseguem conceber a si mesmos, o mesmo ocorre entre pesquisador e ser-evento no ato de análise de um produto ideológico.

Ampliamos essa reflexão com Sobral e Giacomelli (2015, p. 2016) na acepção de que o Círculo “vê a linguagem como um fenômeno essencialmente ativo: o objeto de estudo e o centro de seu empreendimento teórico e prático é o ato, o processo do intercâmbio linguístico”. Devemos focalizar, então, o processo de interação entre duas consciências responsivas assentados do produto gerado delas, sem dar-lhes acabamento como ao definir o que é um objeto concreto e estático. Sendo impossível reduzi-los em uma totalidade, o pesquisador olha para uma subjetividade em um movimento ético e alteritário.

Sob o escopo de compreender algum evento, alguém e sua posição na vida através do

ato, partimos do princípio de que “não existe o homem em geral; existe eu, e existe um determinado, concreto, “outro”: o meu próximo, o meu contemporâneo (a humanidade social), o passado e o futuro das pessoas reais (da humanidade histórica real)” (Bakhtin, 2011, p. 106). Assim, não podemos entender qualquer fenômeno ao centralizar uma pessoa isolada, sem um diferente, desgarrada de uma comunidade linguística. Igualmente não podemos analisar um evento privilegiando determinada coletividade em detrimento do ser em sua unidade, abstraí-lo de sua posição que não pode ser ocupada por mais ninguém.

Observamos esse recorte metodológico também na oposição que Volóchinov (2021) faz à duas tendências do pensamento filosófico-linguístico que denomina como Subjetivismo individualista e Objetivismo abstrato. Apresentamos, brevemente, os postulados que autor faz em sua leitura sobre as teorias:

A língua é concebida, segundo o subjetivismo individualista, enquanto um processo de criação individual, a criação linguística é determinada por leis individuais e psicológicas, a língua é uma criação consciente (controlada e planejada) e é tida como produto pronto, fundada como um sistema linguístico estável. Por outro lado, no objetivismo abstrato, a língua é entendida como sistema estável e imutável de formas normativas, é regida por leis linguísticas específicas de conexão entre os sinais linguísticos contido em um sistema linguístico fechado, está dissociada dos valores ideológicos e os atos individuais de fala são entendidos como variações ocasionais ou distorções das formas normativas idênticas.

A visão crítica do pensador russo nos é válido porque podemos perceber seu ponto de vista no caminho teóricos que seguimos, isto é, de ruptura com um pensamento científico que dê acabamento ao sujeito como efeito da desconsideração de sua unicidade e eventicidade, possíveis pela sua relação com a história, a cultura e com outra consciência, outra subjetividade. Percebemos que na primeira tendência a língua é individual e eminentemente psicológica, um falante isolado e alheio à coletividade poderia ser capaz de mobilizar um sistema linguístico estável e falar sozinho, voltado ao vazio. Enquanto isso, na segunda tendência, exclui-se o sujeito em sua propriedade de existir, a língua lhe parece alheia e independente. Também é indiferente ao outro, carece do horizonte social dos agentes que se encontram em lados opostos desta ponte que é a linguagem.

Nas tendências citadas também falta atenção ao sentido, pois “na realidade, nunca pronunciamos ou ouvimos palavras, mas ouvimos uma verdade ou mentira, algo bom ou mal, [...] A palavra está sempre repleta de conteúdo e de significação ideológica ou cotidiana” (Volóchinov, 2017, p. 181), as palavras seriam vazias por si só, na concepção do estudioso, o

locutor as mobiliza preenchidas com sentidos.

Essas posições ideológicas só são possíveis pois a palavra volta-se ao outro, e quem é esse outro, inclusive antes da exteriorização do ato de expressão de um locutor pois “O mundo interior e o pensamento de todo indivíduo possuem um auditório social estável, e nesse ambiente se formam os seus argumentos interiores, motivos interiores, avaliações etc.” (Volóchinov, 2017, p. 205). Qual seja a intenção, o motivo e o desenvolvimentos do discurso de um locutor, ele projeta um possível diálogo com algum interlocutor na formulação de suas palavras, como em uma projeção para posterior realização e “as inter-relações dinâmicas desses elementos (projeto e realização) a luta entre eles, que determina a índole do texto” (Bakhtin, 2016, p.73, grifo nosso).

A cultura é forjada por estes agentes discursivos em inter-relação e, por isso mesmo, ela também é dialógica e carregada de valores. Fazemos uma aproximação entre a teoria dialogica do discurso e as acepções de Hall (1997) ao refletir a transformação e a centralização da cultura em relação as mídias e a velocidade de informação no final do século XX, ele discute sua abrangência em aspectos de mudanças político-econômicas e afirma que

A cultura é, portanto, nestes exemplos, uma parte constitutiva do "político" e do "econômico", da mesma forma que o "político" e o "econômico" são, por sua vez, parte constitutiva da cultura e a ela impõe limites. Eles se constituem mutuamente – o que é outra maneira de dizer que se articulam um ao outro. Assim, para sermos bastante precisos, deveríamos, de fato, reformular a concepção corrente de "cultura" apresentada acima: toda prática social tem condições culturais ou discursivas de existência. As práticas sociais, na medida em que dependam do significado para funcionarem e produzirem efeitos, se situam "dentro do discurso", são "discursivas".” (Hall, 1997, p. 34).

O estudo de aspectos midiáticos em meio às tranformações históricas, por exemplo, necessita ponderar acerca de questões políticas e econômicas, pois estes elementos estão intrinsecamente interligados nas práticas humanas. Ao estabelecer uma forte ligação entre as práticas sociais e o ato responsivo e responsável é possível entender um conjunto de práticas humanas, centralizando aquele quem mobiliza a linguagem, transforma a realidade de forma ativa.

Essa concepção segue a mesma orientação do pensamento de Bakhtin (2011, p. 312) quando aponta que “O homem em sua especificidade humana sempre exprime a si mesmo (fala), isto é, cria textos. Onde o homem é estudado fora do texto e independente deste, já não se trata de Ciências humanas (anatomia e fisiologia do homem, etc.)”. O texto seria um produto da atividade humana - não existe agente da prática social sem a formulação de ideias

em um produto ideológico.

A título de elucidação, pensemos no estudo da estrutura político-econômica de algum país: através da interação entre diferentes cidadãos nos seus limites podemos caracterizar a circulação de valores nas suas instituições, como funcionam essas instituições e, em algum nível, o que são estas instituições. Isso porque os sujeitos encarnam sentidos em diferentes materialidades que rondam estes espaços, influenciados pelas convenções de uma relativa forma de interagir e se comunicar nestas esferas da atividade.

O papel das ciências humanas, como a História por exemplo, fundamentar-se nestas materializações: algum documento, alguma foto, algum quadro artístico, uma escultura etc e entendê-los enquanto processo dinâmico de diálogo entre homens e mulheres responsivos/as e responsáveis, para alcançar uma concepção mais precisa dos fenômenos sociais. De mesmo modo, a filosofia da linguagem não pode fugir de um sujeito único que mobiliza sentidos ao encarnar seus valores em materiais externalizados dele, para se conectar ao outro – apenas dessa forma podemos entender melhor esse mistério que é o ser humano, suas vivências, suas identidades, suas estruturas sociais, seus costumes.

Por fim, nessa identificação dos princípios do Círculo sobre a centralidade da linguagem nas ciências humanas, destacamos a afirmação de Medviédev (2012, p.183) sobre como “qualquer enunciado é um ato social”, mesmo a criação estética (literária, artística) se volta a seus ouvintes ou leitores, ocupando um lugar na existência, ganhando nova orientação e sentido como consequência das práticas sociais sociais em que é inserida.

Desse modo, uma obra entra na vida e está em contato com os diferentes aspectos da realidade circundante mediante o processo de sua realização efetiva, como executada, ouvida, lida em determinado tempo, lugar e circunstâncias. Ela ocupa certo lugar, que é concedido pela vida, enquanto um corpo sonoro real. Esse corpo está disposto entre as pessoas que estão organizadas de determinada forma (Medviédev, 2012 p. 195).

Percebemos, nestes princípios apresentados, potencialidades da teoria para o entendimento de valores neoliberais no processo de intercâmbio linguístico entre sujeitos organizados socialmente na estrutura do Estado, ainda que essa filosofia da linguagem não seja contemporânea a doutrina neoliberal, (re)construída sobre uma nova racionalidade desde os anos 1970. Por isso, em seguida, o capítulo pretende explorar alguns conceitos que alicerçam a teoria dialógica do discurso, focalizando como inspiram o exame de um sujeito único, responsável, heterogêneo em relação a um outro diferente e como ambos se constituem através da linguagem, bem como concebem a realidade que os circunda.

1.1 SIGNOS IDEOLÓGICOS, LINGUAGEM E SOCIEDADE

O ato de fala, de expressão, de sinalização (em Libras, por exemplo) e outros possíveis ocorrem sempre externamente ao indivíduo, o discurso interior e outros processos que ocorrem sem esta exteriorização preparam, nutrem e relacionam valores a serem direcionados ao outro. Dessa forma, não é possível conceber o ser social que guarda para si valorações sobre o mundo, todo sujeito encarna suas posições em material sógnico, constitui signos ideológicos.

Os signos ideológicos são produtos que refletem e refratam diferentes realidades externas a ele, são o meio pelo qual podemos significar algo a alguém, de forma que ideias e conceitos podem ser representados ao outro. O mundo dos signos coexiste ao mundo dos fenômenos da natureza, das partículas físicas, dos processos fisiológicos do corpo humano – nele convivem os sentidos e as avaliações ideológicas (Volóchinov, 2021, p.93). Assim qualquer objeto pode ser um signo, por exemplo, desde que represente algo que não se reduza a sua função prática, quando nele é possível sentir ou perceber outro objeto, ou outra pessoa, ou outra ideia.

Assim, os signos ideológicos são constituídos por uma parte real e outra significativa, porque são necessariamente materializados e valorados, mesmo na autoconsciência dialogizada “escutamos vozes” e “vemos imagens”. A própria compreensão funciona na relação entre signos ideológicos e por isso a atividade humana não pode estar separada deles.

Essa cadeia ideológica (relação entre os signos) se estende entre as consciências individuais, unindo-as, pois o signo surge apenas no processo de interação entre consciências individuais. A própria consciência individual está repleta de signos. Uma consciência só passa a existir como tal na medida em que é preenchida pelo conteúdo ideológico, isto é, pelos signos, portanto apenas no processo de interação social. (Volóchinov, 2021, p.95, grifo nosso)

Esse recorte teórico evidencia novamente o caráter dialógico como constitutivo da linguagem, porque atesta a interrelação entre consciências e signos para refração de sentidos no seio social, para conceberem a si mesmos e o mundo político, histórico e cultural que os circunda. Não existe criação individual pura e acabada de uma pessoa isolada do social e, ao mesmo tempo, consciente do mundo, quando “a consciência se constitui como um “meta-signo” e se insere (é inserida) no complexo elo da cadeia discursiva organizada socialmente” (De Paula; Luciano, 2021, p. 456, grifo dos autores).

Essa representação material do signo que é concebido em contexto real de comunicação, resulta na forma que ele é percebido enquanto imagem de algo (representação

mental) e “qualquer fenômeno ideológico é dado em algum material: no som, na massa física, na cor, no movimento do corpo e assim por diante” (Volóchinov, 2021, p.94). Nesta articulação entre uma parte que não está restrita ao verbal, escrito ou falado, que diferentes leitores contemporâneos articulam o aspecto visual ou, ainda, verbo-visual da linguagem. Brait (2013), que tem um amplo trabalho voltado ao que chama de dimensão verbo-visual de um enunciado, destaca especialmente a obra “O autor e a personagem na atividade estética” e especifica o capítulo denominado “A forma espacial da personagem”⁹ como escrito no qual são desenvolvidas sugestões ao visual.

De fato, o capítulo inicia-se tratando do excedente de visão e como no encontro em dois sujeitos, dois mundos são abertos para ambos, refletidos em seus olhos. Esse excedente é condicionado pela singularidade e não dispensabilidade do “eu” que sempre está envolto em condições específicas, um lugar que não pode ser ocupado por mais ninguém e que, por isso, constitui um mundo único de conhecimento. No encontro de dois pontos de vista que se entrecruzam e devem completar-se por um princípio de alteridade, sem perder a originalidade daquilo que lhe é alheio - deslocamento e a compenetração (Bakhtin, 2011).

O excedente de visão é uma das reflexões que constituem a base sobre a constituição da imagem pela vivência, isto é, a constituição subjetiva sobre o “eu”, o “outro” e a vida pelo estabelecimento do valor estético, pela representação semiótico-ideológica. O autorretrato, por exemplo, seria uma expressão artística na qual o artista se desloca para fora de si mesmo

concebendo-se pelo o olhar do outro, em equivalência o olhar para a imagem de si pelo espelho um resultado em uma compenetração de um outro possível e indefinido. Ao olhar uma materialidade como um vídeo- propaganda vemos aquilo que o autor supôs anteriormente completar possíveis horizontes de uma plateia imaginada na qual fazemos parte, e a concebemos responsivamente de uma posição única que culmina na criação de sentidos.

Como dito anteriormente, diferentes produtos podem ser entendidos como signos ideológicos, como a imagem de algo, quando ultrapassam os limites de sua realidade: ferramentas de trabalho, alimentos, aparelhos tecnológicos. Porém, Volóchinov (2021, p.98, grifo do autor) elege a palavra como o “fenômeno ideológico par excellence”, porque enquanto as outras materialidades têm outra função imediata para sua própria existência, a condição de existência primordial da palavra é ser um signo ideológico. Além disso é neutra

⁹ Estes textos foram consultados por nós na coletânea denominada Estética da criação verbal (2011), edição que conta com 4 textos de Bakhtin que não constavam nas anteriores: “Arte e responsabilidade”, “a respeito de Problemas da Poética de Dostoiévski”, “Reformulação do livro sobre Dostoiévski” e Conferências sobre literatura russa”.

em si mesma porque pode ser atribuída a qualquer função ideológica igualmente, isto é, servir como intermédio nas esferas da ciência, da religião, do direito etc.

A palavra deve ser entendida como parte indissociável de qualquer criação ideológica, pois quaisquer materialidades só podem ser concebidas na consciência (no discurso interior), que é organizada através das palavras. Na prática, então, não as utilizamos prontas como classificadas no dicionário¹⁰, mas interligadas ao acontecimento de comunicação, dotada de avaliação social, lhe permitindo representar algo, envolta por uma atmosfera axiológica (Medviédev, 2012 p. 183).

Por exemplo, “morte” empregado em contexto de comunicação, pode significar mais do que “Cessação completa da vida, da existência de; óbito, falecimento” (dicionário online de Português), mas fim de alguma relação (morte de uma amizade, morte de um namoro), começo (de uma nova vida, em algumas religiões), um sentimento (tédio, tristeza, apatia...), um ser fantástico encapuzado com uma foice etc. Sobre ela podemos atribuir valores como bom, ruim, justo, injusto.

Os signos ideológicos estão diretamente associados às relações sociais e às estruturas que abrigam essas interações, por isso a existência interfere em como o signo é definido e esse signo reflete e refrata a existência. Os modos como essa influência ocorre é aprofundada por Volóchinov (2017) ao suscitar a infraestrutura e superestrutura concebidas nos estudos marxistas anteriores ao MFL, na obra chamados de relação entre base (de existência material) e ideologia.

Primeiro, o autor retoma a tendência de pensamento na época, de que a estrutura econômica e política interferia na consciência dos indivíduos no Estado burguês de forma causal, mantendo a racionalidade do sistema capitalista em qualquer prática educativa, jurídica, religiosa etc. – na aplicação, uma análise correlacionaria diretamente um fato social à transformação de algum aspecto de uma esfera da atividade que não lhe corresponde, sem aprofundar a transformação do objeto em seu próprio campo ideológico, isolando algum signo do solo onde nasce. Depois, elenca a palavra como o meio de compreensão desta relação, porque ela é onipresente na sociedade e sensível as suas mudanças já que sempre está carregada de diversos valores e visões de mundo.

Nesse caso, um sentido de uma imagem do gênero romanesco como “marginal”, com valor positivo nas literaturas periféricas brasileiras contemporâneas (ser perseverante que sobrevive apesar da extrema desigualdade do país, aquele que produz arte com empenho e

¹⁰ Volóchinov (2021, p.131) também diz que o poeta ao compor sua obra escolhe palavras do contexto da vida, onde elas foram segmentadas e estão impregnadas de avaliações.

pouco recurso) ocorreria apenas pela valoração política e cultural dos marginalizados no Brasil, sem levar em conta o processo de aparecimento e transformação do signo “marginal” dentro da tradição literária brasileira contemporânea. Para não isolar este signo de seu contexto de inserção seria necessário primeiro, por exemplo, partir da palavra no romance junto dos recursos estilísticos e composicionais, em correlação com outras obras mais ou menos próximas para perceber relações de diálogo.

No centro da relação entre base e ideologia, estaria a psicologia social que seria materializada por meio da interação verbal entre sujeitos organizados socio historicamente (em enunciados configurados em gêneros do discurso), ou seja, influenciados pelo regime sociopolítico que interfere nas esferas da atividade humana. Assim, “os signos ideológicos são definidos pelo horizonte social de uma época e de um grupo social” (Volóchinov, 2017, p.110). Esse horizonte está desenhado pelas condições materiais dos locutores, isto é, suas condições materiais, suas posses, a casa em que mora, o bairro que circula, se é uma cidade mais urbanizada ou rural etc.

Não só o conteúdo destas interações, como suas formas de realização concreta (palavras escritas, gritadas, com embargo da voz, sinalizadas com determinada velocidade) estão relacionadas com esse contexto sociohistórico, existe um repertório de formas mais ou menos definidas em diferentes momentos da vida em grupo. Forma (tipos de comunicação discursiva) e conteúdo estão diretamente interligados.

Acompanhar a vida social do signo verbal deve ser uma das tarefas da ciência das ideologias. Apenas sob essa abordagem o problema da inter-relação entre o signo e a existência pode adquirir uma expressão concreta, e apenas nessa condição o processo da determinação causal do signo pela existência aparecerá como o processo da verdadeira transformação da existência em signo. (Volóchinov, 2017, p. 109-110).

Então é necessário partir das materializações para alcançar as interações entre os indivíduos organizados em comunidade sógnicas, motivados pelo regime sócio-político que integram, observando a realidade concreta, evidenciada, dada, sem inseri-la nos processos psicofisiológicos do locutor que não podem ser observados em sua construção. Assim é possível acompanhar a vida desses signos e os valores que passam a rondar nas esferas a contar de sua utilização prática na unidade da comunicação dialógica porque “Os enunciados e seus tipos, isto é, os gêneros do discursivos, são correias de transmissão entre a história da sociedade e a história da linguagem” (Bakhtin, 2016, p.20).

Sobre esta valoração dos signos, a capacidade de atribuir sentidos através de um material concreto depende do processo de integração de um objeto da realidade no mundo dos

signos, este objeto necessita alertar a sociedade “é necessário que, de algum modo, ele toque, mesmo que parcialmente, as bases da existência material dessa grupo” (Volóchinov, 2021, p.111), estimule as condições de subsistência. Para fazer parte da comunicação, primeiro ganha forma sógnica em uma coletividade, passando a integrar seu horizonte social. O conteúdo do signo não está dissociado, então, de suas ênfases valorativas que se pretendem ao reconhecimento social.

Ou seja, é no contato com o outro que diferentes valores passam a integrar a consciência individual, não nascem no indivíduo como sua gênese, embora penetrem tão profundamente no discurso interior o influenciando de dentro para fora, até o processo de exteriorização verbal, dialogicamente. Por isso viver, fazer parte de uma coletividade e ser dotado de responsividade, leva em consideração o contato com distintas ênfases ideológicas multidirecionadas que se chocam no signo ideológico, na instauração de uma arena de batalha carregadas de vozes sociais divergentes em disputa pelo reconhecimento do grupo em que se insere. Assim os signos não são monológicos, acabados e neutros.

No jogo entre o que é domínio do individual e do coletivo é preciso aprofundar as dinâmicas entre signos interiores e exteriores, assim como entender o indivíduo do mundo comunitário e a impossibilidade de sua inserção fora dele. O indivíduo da língua não é um organismo como estudado pelas ciências biológicas, mas sim uma “personalidade” ou “uma superestrutura ideológica e sógnica” (Volóchinov, 2021, p.129), que se constitui ao encarnar ideologia em material sógnico. Em consequência, no ideário bakhtiniano, os sentidos não preexistem a estes seres sociais e a própria “individualidade” é um signo ideológico refratário da concepção de um sujeito como proprietário de sua consciência, responsável por suas ações – ou seja, categorias ideológicas e sociais. Ademais, as materializações feitas pelo locutor carregam suas marcas próprias (minhas palavras, minhas posições, minhas visões de mundo), que só funcionam em interações coletivas, socialmente.

O discurso interior é composto de signos interiores (vivências interiores), um sistema de sentidos possíveis, posições antepostas que ilustram um percurso do sujeito por diferentes esferas em relação de diálogo com vozes sociais as quais compreende de forma responsiva (vive o signo exterior, se posiciona diante dele e o coloca em relação com outros signos interiores). Ele lembraria uma réplica de diálogo, um diálogo interior. O discurso exterior é a materialização concreta destes aspectos dinâmicos, depende deles para existir enquanto parte da ideologia: se não for vivido é apenas um objeto físico, incapaz de refletir e refratar as condições de existência. Este vem configurado em gêneros no intercâmbio linguístico.

Volóchinov (2021) indica que esta interação dialética não havia sido compreendida adequadamente em sua época.

Esses processos são válidos na tomada de consciência de algum processo natural do organismo, pelo humano na linguagem. Nesse caso, a compreensão da sensação de fome, por exemplo, precisa “do discurso interior, da entonação interior e do estilo embrionário, uma vez que é possível tomar consciência da própria fome de modo suplicante, aflito irritado, inconformado” (Volóchinov, 2021, p. 207). As formas desses sentidos no material verbal dependem das situações mais próximas da vivência, o processo de relação com outros signos interiores adquiridos por meio do contato com signos exteriores, para então sua exposição em contexto de comunicação. A ordem do sentido não pode estar desassociada destas formas ideologicamente motivadas.

Retomamos a orientação do signo ideológico para possíveis ouvintes pois qualquer ato de fala é instaurado a partir da concepção de um auditório, esse conceito nos é caro no sentido de que a linguagem é uma ponte que liga dois sujeitos. É possível dizer que essa presença do outro, ainda que relativamente definido (um outro possível e não evidenciado) define tanto a própria existência do signo que carrega ênfases multidirecionadas (diferentes vozes conflituosas entre si), quanto o processo dinâmico de interrelações entre diferentes signos interiores na consciência.

Na relação com estes outros possíveis ouvintes, sejam pessoas com as quais o locutor possui relações, sejam aqueles mais ou menos abstratos, Volóchinov (2021, p. 208-209) introduz dois polos de formação ideológica da vivência:

Em sua essência, a “vivência do eu” tende à eliminação, isto é, ela perde a sua forma ideológica à medida que se aproxima do limite e, por conseguinte, deixa de ser concebida, aproximando-se da reação fisiológica de um animal [...] A “vivência do nós” não é de modo algum uma vivência categórica primitiva: ela é diferenciada. Mais que isso, a diferenciação ideológica e o aumento da consciência são diretamente proporcionais à firmeza e à convicção da orientação social.

Estas duas orientações são eminentemente opostas. A primeira tende ao determinismo biológico¹¹, faz referência as reações fisiológicas e não a ênfase ideológica, os signos interiores não possuem firmeza o suficiente para que o indivíduo tenha consciência organizada, isto é, possuem um horizonte ideológico precário e as formas do signo não são mais possíveis. Enquanto isso, a segunda condiz com a diferenciação social: coletiva e diversa, culturalmente desenvolvida – quanto mais enraizados às condições de existência do

¹¹ Nesse caso, o determinismo estaria relacionado ao comportamento animal, aos processos bioquímicos do corpo humano, ao mundo genético e evolutivo.

grupo, maior a complexidade dos seres humanos e sua capacidade de entender e materializar signos ideológicos.

1.2 O ENUNCIADO E OS GÊNEROS DO DISCURSO

Nas obras do Círculo são perceptíveis diversas menções ao texto, a fala, ao produto estético e mais outras exteriorizações feitas pelo locutor, ou melhor: aquilo que é construído no processo de intercâmbio linguístico com seu interlocutor. No ensaio intitulado “os gêneros do discurso” (Bakhtin, 2016), o filósofo abre o texto tratando sobre os campos da atividade humana e afirma sua forte ligação ao uso da linguagem. Assim, as formas de uso estariam diretamente relacionadas aos espaços (físicos, sociais ou ideológicos) nos quais é concebida, damos a essas formas o nome de enunciados.

Enquanto unidade da comunicação discursiva, um enunciado nunca será igual a outro que já existiu e que existirá (é único), mobilizado com apoio do sistema da língua ao qual o locutor se apropria (as formas comuns aos falantes de uma comunidade linguística). No plano do enunciado encontramos os sentidos pois sua produção “tem relação com a verdade, com a bondade, com a beleza, com a história” (Bakhtin, 2011, p.310), como fruto do investimento interessado de quem enuncia, sua intencionalidade em relação ao outro, não é puramente individual. Ou seja, é eminentemente humano e não podem ser desassociados dele.

Nos casos em que dois enunciados possuem a mesma composição, os mesmos elementos linguísticos, eles mantêm diferenças entre si devido o contexto de produção. A disparidade semântica entre dois enunciados idênticos na forma e originados no mesmo indivíduo pode ser estabelecida ao evidenciar dois ou mais momentos distintos do ato de fala, dois lugares onde são produzidos ou, ainda, dois tons emotivo-volitivos empreendidos por quem os profere. Todos os critérios elencados funcionam pela centralização do sujeito-relacional, que não pode ser o mesmo ao longo do tempo, em diferentes espaços ou com diferentes interlocutores.

Nossa reflexão é ampliada ao considerar os casos em que alguém repete os ditos¹² que entrou em contato quando em condição de ouvinte, originados por outros locutores, seja os citando explicitamente ou repetindo sem dar referência. Ainda assim, cada enunciado é um

¹² Tais “ditos” podem ser entendidos além do ato fala, como os discursos não-verbais, textos, gestos e expressões faciais, pinturas...

acontecimento novo em uma cadeia dialógica, independente do grau de similaridade composicional estabelecidos entre si.

Em Bakhtin, o diálogo é a unidade fundamental da língua e o dialogismo o princípio constitutivo da linguagem e da condição do sentido no discurso em que este não é individual tanto pelo fato de que se constrói entre pelo menos, dois interlocutores, que por sua vez são seres sociais quanto por se construir como um diálogo entre discursos. (Campos et al., 2011, p. 40)

Enquanto elo na comunicação discursiva, essas materialidades são plano de ligação entre diferentes pessoas e possíveis sentidos que passam a rondar em diferentes esferas da atividade, estão veiculadas uma a outra. As relações dialógicas entre enunciados são realizáveis além de uma enunciação integral, isto é, podem ocorrer em apenas uma parte significativa dele e, ainda, entre estilos de linguagem (Bakhtin, 2005). Fica evidente que a unidade da comunicação discursiva ocorre pela fusão de partes interligadas.

Bakhtin (2016, p.12) caracteriza o enunciado em associação às práticas sociais e à constituição das esferas de atividade, indicando cada uma das esferas de atividade tem “seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso”. Tais gêneros são fundamentais para a teoria dialógica, pois dizem respeito às tendências de produção enunciativa, veiculadas aos campos de utilização da língua e, conseqüentemente, às práticas sociais.

O conteúdo temático, o estilo e a estrutura composicional são as propriedades que relacionadas entre si constituem cada gênero. Por isso a depender da atividade humana com qual se relaciona, cada enunciado apresenta uma determinada forma de ser construído - uma tipificação relativamente estável - mas cada enunciado também é único e irrepetível porque cada sujeito e cada contexto de comunicação estão ligados a diferentes condições espaço-temporais. Assim sendo, a origem de toda e qualquer composição enunciativa “não está no interior, mas no exterior: no meio social que circunda o indivíduo” (Volóchinov, 2021, p.216).

Aplicamos a teoria a um espaço identificado ao imaginário dos brasileiros: um templo religioso neopentecostal. Nele há, por exemplo, uma série de conteúdos temáticos mais ou menos prováveis de serem contemplados pelas pessoas que circulam nestes espaços (crenças religiosas, Deus, música gospel...). Da mesma forma, os estilos da linguagem como a entoação do pastor durante o culto e a maior possibilidade da inserção de “aleluias” e “glórias” na fala dos fiéis, são recursos entoacionais e lexicais, respectivamente, possíveis de ocorrerem. Por fim, a construção composicional seria o elemento identificável do tipo de enunciado que estamos olhando, sua estrutura que se liga diretamente com as intenções do

locutor ao proferi-lo para alguém.

Cada esfera estabelece que gêneros podem ser produzidos e como o podem, suas maneiras típicas de recepção e onde e como circulam, algo sujeito a variações de acordo com as mudanças sociais e históricas, isto é, embora conservem algo de sua tipicidade, que nos permite identificá-los como o gênero x e não y, os gêneros não são formas rígidas, mas estruturas mutáveis. (Sobral, 2011, p. 40).

O exame de Sobral se orienta para o entendimento de que, por estarem relacionadas as estruturas históricas e sociais, mutáveis, tais gêneros também o são. Não podemos pensar em qualquer tipificação relativa de enunciado sem levar em conta seu contexto de produção, recepção e circulação. Os gêneros são classificados pelo grau de complexidade, primários e secundários. O primeiro é concebido pelas condições mais imediatas de sua produção e é integrado ao segundo que é desenvolvido ao longo do tempo: por exemplo, a réplica de um diálogo cotidiano (simples) em um romance (complexo) (Bakhtin, 2016).

A distinção entre os gêneros pode ser firmada na ligação dos primários às situações mais privadas e porque refletem de maneira mais imediata as transformações sociais, enquanto os secundários mais “ideológicos” e preferencialmente escritos (Barbosa, 2001, p.34). Ou seja, uma elaboração diversificada de acordo com suas condições de produção, circulação e recepção, atestando novamente sua condição dialógica no bojo das práticas humanas.

O entendimento do romance enquanto um enunciado de gênero secundário demonstra que não há limite de extensão para uma materialização se constituir como unidade da comunicação discursiva, seja uma palavra ou uma obra ficcional distribuída em muitas páginas. Nos limites dos enunciados “dá-se a alternância dos sujeitos do discurso. O término de um enunciado é como que interrompido no possível discurso do outro, as fronteiras do enunciado são as fronteiras dos sujeitos do discurso, isto é, as fronteiras dialógicas” (Bakhtin, 2016, p. 135). A passagem responsiva da palavra para o outro demarca novamente a relevância do ouvinte para a filosofia de linguagem do Círculo, o locutor sente seu interlocutor e delimita as fronteiras de sua produção enunciativa apoiado nele.

O desenvolvimento teórico do enunciado, pelo Círculo, é pensado em comparação às tendências de pensamento da linguística da época. Enquanto unidade da língua, por exemplo, a oração carece de delimitação na alternância entre os envolvidos na troca alteritária pois sua condição não depende do contexto extraverbal (está distante da realidade) e é incapaz de suscitar a resposta do outro. De outra forma, a oração só pode ser entendida enquanto continuação do pensamento de um mesmo indivíduo, pois é concebida na relação com outros

elementos linguísticos que a circundam. Quando se trata do enunciado concreto, enquanto posição ativa do locutor, ele sempre é conclusivo porque “o falante disse (ou escreve) tudo o que quis dizer em dado momento ou sob dadas condições” (Bakhtin, 2016, p. 35).

Ademais, todas as categorias linguísticas (orações, conjunções, adjetivos...) se encontrariam no interior de um enunciado, porque, conforme Volóchinov (2021, p.243), “o pensamento linguístico perdeu em definitivo a percepção do todo do enunciado. O linguista se sente mais seguro no meio da frase”¹³. Ou seja, na tradição da área de estudo citada, o enfoque ocorreria em partes do enunciado, sem levar em conta o todo da comunicação discursiva, conseqüentemente ocasionando a abstração em formas linguísticas. Pensemos, por exemplo, em um enunciado constituído de uma palavra como “acordou?”, que pode ser classificado em verbo, oração, período simples, parágrafo etc., todas as categorias linguísticas se orientam como um elemento possível do discurso, mas o trecho como um todo só pode ser entendido significativamente enquanto posição ativa de um locutor, a situação de comunicação e seu aspecto temporal/espacial.

Percebemos o desenvolvimento desta concepção na obra “A palavra na vida e a palavra na poesia”, na qual Volóchinov (2019, p.129) desenvolve, no aprofundamento de reflexões entre a palavra cotidiana e a situação extraverbal em que ela ocorre:

As palavras ditas são repletas de subentendido e do não dito. Aquilo que é chamado de “compreensão” ou “avaliação” do enunciado (a concordância ou a discordância) sempre abarca, além da palavra, também a situação extraverbal da vida. Desse modo, a vida não influencia o enunciado de fora dele: ela o impregna de dentro, enquanto unidade e comunidade da existência que circunda os falantes [...] Por fim, o enunciado reflete em si a interação social entre falante, ouvinte e o personagem, sendo o produto da sua comunicação viva e da sua fixação no material da palavra.

O subentendido, as entrelinhas, são parte fundamentais da comunicação discursiva, muitas vezes descortinados na entoação, no movimento do corpo, no olhar, na conjuntura de sua constituição. A entoação e o gesto transpõem o plano expressivo, constroem sentidos na conjuntura da forma (comunicação verbal ou de sinais¹⁴) e são diretamente correlacionados ao mundo exterior e a coletividade “ao entonar e gesticular o homem ocupa uma posição social ativa em relação a determinados valores, condicionados pelos próprios fundamentos da sua existência social” (Volóchinov, 2019, p.127).

Tais sentidos são impulsionados pela influência da vida ativamente vivida, importantes

¹³ A “parte menor” do enunciado. Como que ignorar o todo em sua constituição inter-relacionada

¹⁴ Existem, na Libras, marcadores ou expressões não manuais podem ser classificados como gramaticais, tais expressões têm função de entonação expressiva e prosódia (Santiago, 2022). Ou seja, a entonação abrange a linguagem em suas variadas dimensões

para a compreensão substancial do enunciado, incapazes de serem recuperados através de uma classificação dos vocábulos que compõe o enunciado ou suas funções no eixo sintagmático, pois tal atitude não procura direcionalidade ou autoria, está desacolhido do meio social. Na constituição do sentido, temos a relação entre linguagem e o mundo, locutor e interlocutor, as práticas sociais e as esferas da atividade humana, refratando em si as condições da existência.

Ainda em relação à tradição dos estudos linguísticos na época, a mesma problemática é direcionada ao chamado “fluxo único da fala”¹⁵. No processo de comunicação discursiva, o interlocutor tem papel responsivo no processo de interação, não apenas “ouve” o enunciado do locutor, como também concorda, aprecia, protesta etc. e, principalmente, replica. Um dos motivos pelos quais cada enunciado é um elo na cadeia da comunicação discursiva é que partem do estabelecimento do diálogo entre dois indivíduos, que não apenas entram em contato com discursos alheios, mas os seus próprios são influenciados por eles – a compreensão é motivadora da resposta. Pode-se dizer que todo enunciado é como uma resposta a outros mais ou menos distantes, sendo impossível ter existido alguém que enunciou primeiro. (Bakhtin, 2016)

A completude do enunciado, ao ponto de ser passado para a compreensão responsiva do outro, depende de três fatores interligados: ajuste do objeto semântico ao campo de atividade humana em que o enunciado é construído, vontade do falante de estabelecer intercâmbio linguístico, principalmente, as formas típicas de composição e acabamento do gênero. Assim o objeto semântico torna-se conteúdo temático do enunciado ao ser encaixado na esfera de atividade humana pretendida, o autor delimita previamente os limites do enunciado e suas intenções que serão verbalizadas e, apoiadas nessas ligações, recupera um reportório discursivo no qual se localiza como base de construção do enunciado a ser composto.

Assim, em todas as esferas da vida pública e privada utilizamos diferentes gêneros do discurso que “nos são dados quase da mesma forma que nos é dada a língua materna, a qual dominamos livremente até começarmos o estudo teórico da gramática” (Bakhtin, 2016, p. 38). Outrossim, toda e qualquer forma de comunicação linguística é estabelecida com determinada tipificação, por isso a construção composicional é a parte mais identificável de um enunciado.

A partir dos gêneros é possível pensar na dificuldade de assimilá-los sem ser por uma experiência prática com as vivências e com os diferentes espaços delimitados por condições

¹⁵ O exemplo é atribuído, por Bakhtin, a diferentes teóricos. O exemplo mais conhecido, talvez, aparece no *curso de linguística geral* de Ferdinand de Saussure: um esquema de parceiros da comunicação, entre um falante ativo e um ouvinte passivo. Uma pessoa utiliza seu aparelho fonador e produz um som que é recebido pelo aparelho auditivo do ouvinte e assimilado em seu cérebro enquanto um conceito.

materiais, sociais e ideológicas. Por isso, as formas do enunciado nos gêneros cotidianos sofrem forte influência de aspectos hierárquicos como relações de trabalho e regime sociopolítico, se adaptam a ele (Volóchinov, 2017, p. 109). No espaço da linguagem, então, são deflagradas as relações de poder entre indivíduos sociáveis, classes sociais a que pertencem, horizontes ideológicos que compartilham. Através dos enunciados se refletem e refratam as condições de existência.

A composição enunciativa é um ato de criação que se apoia na existência, da mesma forma que o locutor se apoia no sistema de formas da comunidade linguística em que está inserido para construir sentidos próprios, no diálogo com outros. Enquanto potencial modificador da realidade e agente das práticas sociais, o indivíduo experimenta o dado: a sociedade, os ditos, os textos, as instituições, diferentes esferas ideológicas etc., através dos gêneros do discurso, entrando em contato com diferentes valores e visões de mundo engendradas em enunciados que lhe são endereçados, para então relacioná-los, revesti-los com os seus próprios valores e exteriorizá-los ao próximo.

Enquanto isso, o enunciado é apenas um momento da vida ativa da comunicação, conectada à vida em grupo (as relações que se desenvolvem nos limites físicos de uma coletividade) e a história, bem como é uma das formas de constituição e desenvolvimento desta coletividade. Nesse sentido, Volóchinov (2019, p. 268) define que “a essência real da língua é o acontecimento social da interação discursiva, realizada em um ou mais enunciados”, que carregam consigo as posições axiológicas do locutor, reverberadas pelo interlocutor quando este toma a palavra para si.

1.3 PALAVRAS POVOADAS: INTER-RELAÇÃO DE VOZES NO DISCURSO

É comum, na tradição dos estudos do Círculo, menções ao discurso literário, à atividade estética, à palavra na poesia. A criação artística é, desta forma, objeto de desenvolvimento teórico porque é um fenômeno da linguagem, possui processos de composição em vista de um ouvinte responsável, encarnada e materializada enquanto um enunciado. O enfoque especial é dado ao Romance não só devido sua complexidade discursiva enquanto enunciado de gênero secundário, como também por ser considerado um simulacro da vida¹⁶.

¹⁶ texto “arte e responsabilidade”, Bakhtin (2011, p. 23) estabelece relações entre a arte e a vida, que devem ser

Nesse sentido, focalizamos a análise de Bakhtin (2005) sobre a obra de Dostoievski, principalmente sobre os tipos de discurso na prosa do escritor russo. É nesse percurso que o enfoque das vozes é aprofundado, estas que transitam pelas esferas de atividade humana e passíveis de entendimento através de aspectos metalinguísticos ou “daqueles aspectos da vida dos discursos que ultrapassam – de modo absolutamente legítimo – os limites da linguística” (Bakhtin, 2005, p.181). Por isso, leva-se em conta as condições contextuais que circundam a produção enunciativa, superando abstrações dos sujeitos que enunciação através da pura descrição de categorias formais, realização fisiológica do som, da função estrutural de sintagmas na construção da oração etc. Os fenômenos metalinguísticos, aqui, seriam aqueles que olham o produto da criação ideológica em sua integridade, mobilizado por alguém específico, em um tempo/espácio específico.

No enfoque destes aspectos é válido refletir acerca da autoria. Todo enunciado tem um autor que pode ser “ouvido” enquanto seu criador, ainda que uma materialidade possa ser coletivamente construída (por exemplo uma letra de música escrita por duas pessoas), há um centro organizador, o qual podemos personificar enquanto um locutor. De igual maneira, qualquer enunciado deflagrado na voz de um indivíduo (até o menos elaborado) pode ser um produto de diferentes vozes dialogizadas, um discurso bivocal.

O objeto principal do nosso exame, pode-se dizer, seu herói principal, é o discurso bivocal, que surge inevitavelmente sob as condições da comunicação dialógica, ou seja, nas condições da vida autêntica da palavra. A linguística desconhece esse discurso bivocal. Mas, achamos, é precisamente ela que deve tornar-se o objeto principal de estudo da metalinguística. (Bakhtin, 2005, p. 185).

Antes de melhor aprofundar esse tipo de discurso, é necessário classificar em contrapartida quais são os tipos monovocais (que só podemos escutar uma voz), já que também rondam o romance. O discurso referencial direto e imediato é de nomeação, classificação e representação, busca pela interpretação direta do objeto. O discurso direto dos heróis é objeto do autor no romance, subordinado aos seus objetivos, as vozes mantêm uma distância delimitada.

Enquanto isso, o discurso bivocal é composto por duas ou mais orientações semânticas, vozes que em algum nível se chocam ou convergem no contexto interior, revestidas sob uma nova diretriz devido às avaliações do locutor e exteriorizadas ao interlocutor. O reconhecimento e classificação deste tipo corrobora com todo o processo

conciliadas na unidade da responsabilidade, afirmando que “O indivíduo deve tornar-se inteiramente responsável : todos os seus momentos devem não só estar lado a lado na série temporal de sua vida mas também penetrar uns nos outros na unidade da culpa e da responsabilidade”. A arte e a vida devem tornar-se algo singularno sujeito

reflexivo prospectado nas outras obras do Círculo, o diálogo enquanto princípio constitutivo da linguagem: a compreensão responsiva, relações entre signo interior e exterior, influência do horizonte social para a comunicação discursiva etc. Ou seja, diferentes valores que rondam uma coletividade ganham novas acentuações na arquitetônica da construção enunciativa de locutores responsivos e responsáveis. Os tipos monovocais e bivocais são entendidos enquanto tais apenas nos contextos de locução, circulação e recepção.

Entendemos que o exame de Volóchinov (2021) sobre os Estilos de transmissão do discurso alheio é um desenlace fundamental sobre a vida do signo verbal tantas vezes reorientado e, por isso mesmo, repleto de vozes dos sujeitos que ocupam ativamente seu lugar no mundo. Nessa direção, na voz de um locutor é possível termos um enunciado que contém outro enunciado (alguém que usa as palavras que escutou do outro) e um enunciado sobre outro enunciado (exponho, noticio, listo as palavras ditas por outro com as minhas próprias, revestidas com novos valores). Na vida em sociedade, eu entro em contato com novas ideias encarnadas em material sígnico, faço compreensão responsiva destes produtos e sou impactado ao ponto de que minha composição enunciativa é influenciada de dentro para fora, me apropriando delas e elas passam a integrar meu horizonte social.

O enunciado autoral que incorporou outro enunciado em sua composição elabora as normas sintáticas, estilísticas e composicionais para a sua assimilação parcial, para a sua inclusão na unidade sintática, composicional e estilística do enunciado autoral, mantendo ao mesmo tempo, nem que seja de um modo rudimentar, a independência inicial (sintática, composicional e estilística) do enunciado alheio, sem a qual a sua integridade seria imperceptível (Volóchinov, 2021, p. 250).

O linguista descreve a forma do enunciado nas situações de assimilação das palavras alheias pelo locutor, superando o plano temático e demonstrando que, em algum nível, há uma certa integridade linguística (rudimentos) da unidade absorvida ainda que receba novos contornos. Investigar as formas de transmissão do discurso alheio é significativo no sentido em que possibilitaria entrever relações ativas entre enunciados materializados pelas formas estáveis de formação já encarnadas na língua, bem estabelecidas na associação entre agentes sociais nos limites de uma estrutura socioeconômica.

A noção é complexa devido à relativa dissolução do discurso alheio, já que o sentido completo do outro não pode ser apreendido na sua totalidade. Isso ocorre justamente porque os discursos são únicos, criados em determinados contextos, carregando consigo seus aspectos não verbais que o nutrem e transmitidos com a avaliação daquele que se apropria e o direcionada a outrem. Em “gêneros do discurso”, Bakhtin (2016, p. 60-61) acrescenta que

qualquer objeto do discurso do falante não se tornou objeto em um enunciado pela primeira vez, o único capaz de fazê-lo seria um Adão discursivo, aquele que foi o primeiro a enunciar, o objeto “por assim dizer, já está ressalvado, contestado, elucidado e avaliado de diferentes modos; nele se cruzem, se convergem e divergem diferentes pontos de vista, visões de mundo, correntes”.

As tendências de percepção ativa dos discursos alheios estão ligadas às formas de transmissão, segmentadas culturalmente, associadas à coletividade: aquilo que lhe aparece pertinente e funcional é mantido, sendo indissociável da existência econômica deste grupo. Em outras palavras, uma comunidade linguística acaba definindo, ao longo do tempo, formas coletivas de avaliar e responder os outros no plano da linguagem, através da gramaticalização (Volóchinov, 2021).

Na relação entre formas de percepção e transmissão, centraliza-se a pessoa de vivências, repleta de signos interiores e que percebe o enunciado alheio de forma ativa (polemiza com ele, ou corrobora, ou aprecia etc.). Por conseguinte, o enfoque necessário para os estudos da percepção e transmissão ocorreria pela inter-relação entre produção autoral e a alheia pois “essa dinâmica, por sua vez, reflete a orientação social mútua entre as pessoas na sua comunicação verboideológica” (Volóchinov, 2021, p. 255).

A primeira tendência de transmissão mútua do discurso autoral e do alheio é denominada estilo linear, no qual há uma delimitação concisa da voz do locutor entre quais são suas palavras e quais são as do outro através de aspectos lexicais, sintáticos e semântico. No *estilo pictório*, pelo contrário, há um apagamento destas fronteiras, ao ponto de que a integridade do discurso alheio é dissolvida quase por completo no enunciado autoral, que parece mais individualizado: seja pelas novas ênfases valorativas que a voz alheia recebe no contexto autoral, seja pela falta de força da voz autoral em comparação com a alheia que a dissolve (no romance esse domínio do alheio é expresso, por exemplo, nos casos em que o narrador fala como os personagens representados na obra).

No caso do estilo pictório, os tipos de apreensão e transmissão podem ser traduzidos nos discursos indireto e indireto livre do romance que podem ser decompostos ainda em subtipos a depender do contexto. A parte final do MFL se dedica a explorar como a complexidade da delimitação dos limites entre palavras minhas e palavras outras, no contexto autoral, se apresenta mais como um problema sociológico do que linguístico pois leva em conta as relações dialógicas entre os sujeitos em diferentes esferas da atividade humana, na vida.

Nesse sentido, as contribuições de Volóchinov somam no entendimento de que os produtos ideológicos que rondam o ambiente social são povoados por diversas vozes sociais em distintas orientações semânticas, valoradas com diferentes ênfases multidirecionadas. A vida da palavra é mantida pelo impulso que essas orientações produzem e em cada esfera da atividade, permeado pelo trânsito dos locutores organizados em uma coletividade sógnica, ganham possíveis sentidos a serem refratados na comunicação discursiva. Esse jogo de vozes não é possível sem a concepção do sujeito relacional, já que toda transmissão do discurso alheio se orienta para outrem, modificado pelas relações entre locutor e interlocutor, bem como o contexto da comunicação, as tipificações enunciativas mais ou menos estáveis nestes espaços.

Na mesma direção, em “O discurso no romance”, Bakhtin (2015, p.29-30) afirma que o gênero romanesco conta com uma diversidade de discursos outros que combinados lhe dão originalidade estilística. Em suma, o heterodiscurso¹⁷ seria sua parte constitutiva, organizado social artisticamente

A estratificação interna de uma língua nacional única em dialetos sociais, modos de falar de grupos, jargões profissionais, as linguagens dos gêneros, as linguagens das gerações e das faixas etárias [...] através do heterodiscurso, o romance orchestra todos os seus temas, todos o seu universo de objetos e sentidos que representa e exprime.

Entendemos que esta diversidade de linguagens guarda a noção do discurso alheio em contexto autoral, visto que as formas são condicionadas pela projeção de sujeitos que a mobilizam e, então, são estratificadas no romance. Neste gênero, Bakhtin (2015) demonstra como esse coro de vozes em constante tensão decompõe a obra (espaço/tempo, personagens e seus diálogos, estilos de narração). Na conjuntura com outros escritos, os pressupostos do Círculo apontam para essa propriedade da relação entre múltiplas vozes no interior da língua enquanto parte constitutiva da própria linguagem, mais ou menos aparentes a depende da esfera de atividade e, logo, do gênero do discurso composto.

Sobre a bivocalidade, Bakhtin (2005) faz uma classificação de seus tipos com enfoque nas possíveis dinâmicas entre estas duas ou mais vozes, através da palavra no romance: discurso bivocal de orientação única, discurso bivocal de orientação varia e discurso bivocal de tipo ativo (este último dividido nos subtipos polêmica velada e polêmica aberta).

¹⁷ Na nossa primeira edição de “A teoria do Romance I” (2015), o tradutor escolhe o “termo heterodiscurso” mas avisa que no Brasil o termo fonte em russo “raznorétchie” também pode ser traduzido como “plurilinguismo” e “hetroglossia”.

Explicamos cada um deles, a seguir:

Os discursos bivocais de orientação única são mostrados a começar dos fenômenos literários de estilização e a narração do narrador. Na estilização há uma relação das vozes do estilizador e do produto estilizado, quando o primeiro utiliza a voz do segundo e o reveste com algo próprio ao ponto de que este siga a mesma orientação semântica proposta por aquele que compõe o romance, seu autor. A narração do narrador é possível nos momentos em que, na obra, se estabelece diferença entre o autor e o narrador, a maneira de falar do narrador é utilizada pelo autor seguindo em sua direção.

Os discursos bivocais de orientação varia são representados pela paródia, tipo de recurso artístico no qual existem duas vozes, a que parodia e a parodiada, as suas orientações semânticas são discordantes e impossíveis de serem fundidas no enunciado. Ou seja, devem ser mais perceptíveis por sua distinção.

Por fim, o discurso bivocal de tipo ativo se diferencia dos outros tipos supracitados na medida em que “a palavra do outro permanece fora dos limites do discurso do autor, mas esse discurso a leva em conta e a ela se refere” (Bakhtin, 2005, p. 195). Dessa forma, se aproxima do estilo pictórico de transmissão do discurso alheio, aquele em que se perdem os limites bem definidos nos quais se encontram a voz do outro em relação a minha no enunciado, fundindo-se como em um discurso de origem única. Aqui, Bakhtin demonstra que há tipos de discurso no romance em que as palavras alheias determinam as palavras do autor, sua presença faz sentir-se, ainda que elas de fato não estejam postas formalmente.

Na instauração da polêmica velada o autor se baseia nas palavras do outro para exprimir ideias próprias, ainda que o alheio seja repellido. O contexto autoral é definido pela possibilidade da construção de um enunciado duplamente oportuno, que “além de resguardar seu próprio sentido objetivo, ela (a voz autoral) possa atacar polemicamente o discurso do outro sobre o mesmo assunto e a afirmação do outro sobre o mesmo objeto” (Bakhtin, 2005, p 196, grifo nosso). Além disso, entrever esse surgimento de sentidos duplamente orientados requer superar a significação concreta e direta, mas observar a construção do enunciado: entoação, velocidade de sinalização (em LIBRAS), gestos, expressões faciais, disposição e sobreposição de imagens em colagem (texto verbo-visual) etc.

A polêmica aberta está simplesmente orientada para o discurso refutável do outro, que é seu objeto. Já a polêmica velada está orientada para um objeto habitual, nomeando-o, representando-o, enunciando-o, e só indiretamente ataca o discurso do outro, entrando em conflito com ele como que no próprio objeto (Bakhtin, 2005, p. 196).

No estabelecimento da diferença entre as polêmicas, fica expresso que no tipo velado há uma profunda fusão entre as palavras do locutor e as palavras alheias, ao ponto de que as primeiras refrangem os sentidos das segundas, fixando-se na construção enunciativa do locutor, influenciando-a de dentro para fora. É uma dinâmica que demanda a compreensão mútua entre os sujeitos do discurso, pela mobilização de aspectos metalinguísticos, no plano axiológico.

Destacamos a polêmica velada, subtipo do discurso bivocal de tipo ativo, com os outros aspectos da teoria apresentados anteriormente, acreditando que sua instauração é uma característica fundamental para o entendimento da linguagem. Apresentamos algumas relações possíveis:

a) Na construção dos signos interiores a partir do contato com o ambiente social: ao se deparar com o mundo externo o sujeito encontra signos exteriorizados pelo outro, os coloca em relação com seus signos interiores diretamente opostos e os recobre com novos acentos a serem materializados a outrem.

b) Na vida coletiva permeada pela produção e recepção dos enunciados: na compreensão responsiva do enunciado o interlocutor entra em embate com os sentidos construídos pelo locutor e, posteriormente, constrói seus enunciados com base nesta divergência.

c) No movimento alteritário: ao se encontrar na linguagem o sujeito depara-se com o diferente e por isso pode atestar sua unicidade, por ser único sempre responde ao outro.

Seguimos pelas palavras de Bakhtin (2005, p. 197), ao dizer que “A maneira pela qual o homem constrói discurso é determinada consideravelmente pela sua capacidade inata de sentir a palavra do outro e os meio de reagir diante dela”. A bivocalidade ou plurivocalização é, então, abundante na vida verboideológica, por vezes tão associada ao contexto autoral que este pode ser facilmente compreendido como um discurso monológico, firme e pioneiro dentre outros que rondam as esferas da atividade humana.

As relações expressas entre vozes de outros na composição estética tanto em “teoria do romance I” (2015) quanto no PPD, segundo Rosa (2015), se encontram no plano linguístico-discursivo projetados pelos estilos de transmissão do discurso alheio linear e pictórico, a discussão que envolve os graus de diluição das fronteiras entre o discurso que cita e discurso que é citado podem oferecer meios de compreender os modos de apreensão, transmissão e orientação semântica e axiológica em relação à palavra do outro.

Com isso, ressaltamos que embora o estabelecimento destes conceitos se volte ao exame da criação literária, estas dinâmicas ocorrem na vida e são recuperáveis em seu contexto de produção, circulação e recepção - os discursos dos locutores que ocupam ativamente seu

lugar no mundo são repletos de vozes alheias, a linguagem cotidiana está repleta de já ditos.

Em adendo, ainda que recupere a voz dos outros, todo enunciado “cria algo que não existia antes dele, absolutamente novo e singular e que, ademais, tem relação com o valor” (Bakhtin, 2016, p. 95).

As palavras da língua não são em si de ninguém, mas as escutamos em enunciados individuais e não na natureza (ou palavras virgens nunca antes enunciadas), por isso elas têm expressão individual pelo contexto único em que se dá cada enunciado. Nesse aspecto, Bakhtin (2016, p. 53) indica que

qualquer palavra existe para o falante em três aspectos: como palavra da língua neutra e não pertencente a ninguém; como palavra alheia dos outros, cheias de ecos de outros enunciados; e, por último, como a minha palavra, porque, uma vez que eu opero com ela em uma situação determinada, com uma intenção discursiva determinada, ela já está compenetrada da minha expressão. (Bakhtin, 2016, p. 53)

Por isso, todos os enunciados em contexto real de comunicação são bivocais e carregam consigo seu tom valorativo original (isto é, orientados para determinadas direções) que são assimilados no contexto autoral, reelaborados e reacentuados da perspectiva do sujeito em sua responsabilidade ativa sobre a vida, fazendo com que no processo de intercâmbio linguístico ocorra uma transmissão tensionadaa ao outro doravante o choque entre valores distintos.

2. NEOLIBERALISMO: DO PLANO POLÍTICO-ECONÔMICO AO PLANO SIMBÓLICO

O neoliberalismo, de acordo com Dardot e Laval (2016) é uma doutrina de pensamento político-econômico-social que remonta o Colóquio Walter Lippman, em 1938, no centro de Paris. Nos seus cinco dias de encontro, nomes importantes como, por exemplo, Friedrich Hayek, Jacques Rueff e Alexander Von Rüstow (pensadores notáveis de políticas liberais que seriam replicadas no Ocidente após a segunda guerra mundial) discutiram alternativas para um novo liberalismo em oposição as políticas “redistributivas, assistenciais, planificadoras, reguladoras e protecionistas que se desenvolveram desde o fim do século XIX” (Dardot; Laval, 2016. p. 71).

Com a depressão de 1930 o poder capitalista se viu abalado, já que todos os países sentiram em maior ou menor intensidade as problemáticas econômicas instauradas no período que durou cerca de 10 anos (embora no final dos anos 30 já tivesse sido amainada) e as elites tiveram grande parte de suas riquezas perdidas. Em comparação “a crise praticamente não afetou a URSS, já que se tratava de um bloco socialista e autárquico, dependendo de suas próprias forças para se desenvolver” (Martins, 2019, p.34), ou seja, independente da teia de relações comerciais entre países que não reconheciam sua autenticidade.

A crise econômica da década de 1930 foi um fenômeno extenso no espaço e prolongado no tempo. Chamamos de Grande Depressão, não o *crash* de 1929, mas a deflação do preço das mercadorias e ativos, causadas pela dramática redução do nível de atividade econômica, que afetou a economia norte-americana, mas também, embora de maneira desigual, a economia da maioria dos países do mundo, durando cerca de uma década, ou seja, até o advento da Segunda Guerra Mundial. (Prado, 2011, p.10).

Além do sucesso do comunismo soviético com o êxito da condução econômica fora dos moldes liberais, outro fator que contribuiu para a necessidade da reformulação por uma parcela da sociedade (sobretudo as elites) de uma nova reflexão sobre o mercado, a concorrência na sociedade e as propriedades, principalmente em relação ao papel do Estado nesse campo de debate de um novo Liberalismo econômico. Esse é o caso dos regimes fascistas na Alemanha e Itália, países que funcionavam com uma economia autárquica, divergente do ideal do liberalismo clássico aberto e concorrencial.

Ainda seguindo Dardot e Laval (2016), o colóquio Walter Lippman foi encerrado com a criação do Centro Internacional de Estudos para a Renovação do Liberalismo, no qual haveriam reuniões periódicas para continuar a produção intelectual entre seus pensadores.

Posteriormente a Sociedade Mont-Pèlerin foi fundada em 1947, meios acadêmicos de prestígio foram financiados e outros diversos grupos menores surgiram (e surgem até hoje) com a finalidade de propagar as ideias neoliberais em lugares cada vez mais distantes.

Com foco nestes grupos na atualidade, Gross (2008) cita os Think Tanks como expoentes das ideias neoliberais¹⁸, apontando não apenas sua integração a gabinetes estratégicos que propagam ideias liberais, como também seus princípios morais conservadores - nesse caso, coletivos que se interessam na formulação e discussão de políticas do Estado e que disseminam princípios de liberdade econômica, enquanto qualificam ideias de uma família tradicional e promovem discursos que execram grupos minoritários.

Após a segunda guerra mundial, a formulação de princípios neoliberais ainda prevalentes apenas em um âmbito teórico também foi influenciada pelo Estado keynesiano, sistema político-econômico amplamente difundido pelas potências da época, caracterizado pela intervenção do poder estatal no “pleno emprego, no crescimento econômico e no bem-estar de seus cidadãos, e de que o poder do Estado deveria ser livremente distribuído ao lado dos processos de mercado – ou se necessário, intervindo ou mesmo substituindo tais processos” (Harvey, 2014, p. 20). Desta forma, as práticas comerciais e empreendedoras viam-se envoltas por princípios sociais e políticos de bem-estar social, uma leve conciliação de classe foi vivenciada nos países centrais do capitalismo enquanto nos periféricos formas de caráter autoritário surgiam (Peniago, 2009, p.3).

Em 1970, esse período guiado pelo “liberalismo embutido” e seu modo de regulação fordista¹⁹ entrou em crise na estagnação das economias (estagnação da economia e aumento da inflação, simultaneamente). As consequências passaram a ocorrer, tais quais a reivindicação salarial dos trabalhadores sindicalizados em contrapartida a moderação de repasses dos detentores do capital, aumento do preço do petróleo por decisão autônoma da OPEP, a não resolução das dívidas externas de diversos países em desenvolvimento e outros problemas enfraqueceram a ordem econômica e social (Arienti, 2003, p.608). Houve uma transição, de acordo com Bresser-Pereira (2010, p.54), entre os “30 anos dourados do capitalismo (1948- 1977) para o capitalismo financeirizado (...) as taxas de crescimento

¹⁸ Citamos alguns: National Association of Manufacturer (NAM), Fondation of Economic Education, Intercollegiate Society of Individualists.

¹⁹ Segundo Ribeiro (2015, p. 68), no fordismo “a grande novidade técnica e em termos de organização da produção no chão de fábrica foi a introdução da esteira rolante, que ao fazer o trabalho chegar ao trabalhador numa posição fixa, conseguiu dramáticos ganhos de produtividade. A implementação do fordismo não significou apenas um novo modo de organização racional do trabalho e da produção, mas também a constituição de um novo modo de vida.

diminuíram, a instabilidade aumentou rapidamente e a desigualdade cresceu”, estabelecendo o início de transição entre o keynesianismo para adoção de políticas baseadas nos princípios neoliberais.

As alternativas ao liberalismo embutido foram sendo construídas de formas experimentais em diferentes países. Houve um crescimento de partidos simpáticos às ideias socialistas e comunistas, quebra da leve conciliação entre empresários e seus empregados e tendência de não-concentração de capital por um grupo seleto de indivíduos na sociedade. Ou seja, havia uma ameaça voltada para as elites nos países do capitalismo central (em sua maioria os Europeus) e nos periféricos (nos outros continentes). Um clima polarizado surgia entre os defensores da socialdemocracia e os que ansiavam pela liberdade do poder corporativo e da livre concorrência de mercado (Harvey, 2014).

A pequena redução do poder da parcela mais rica da população foi uma das medidas adotadas ainda no pós-guerra Keynesiano em vista do bem-estar social, com vistas a aliviar a tensão civil dentro dos países e das relações políticas entre diferentes países. Entretanto, foi motivo de preocupação da elite com a estagflação econômica na qual o crescimento dos países cessou. A tese de Harvey (2005) é de que o papel dos gestores entrou para a lista de insatisfação pública e os liberais viam-se refletindo novamente um sistema ideal em que pudessem centrar o corporativismo. Neste ponto diferentes teóricos se desencontram ao justificar a causa da “virada neoliberal” que passou a ocorrer em diferentes países, mas geralmente convergem ao entender a ditadura chilena como o país de sua primeira experiência.

Em 11 de Setembro de 1973, o presidente chileno Salvador Allende foi destituído e morto durante o golpe militar que pretendia reverter as medidas aplicadas por sua gestão socialista como a reforma agrária, a estatização de companhias e os gastos públicos focados, principalmente, em creches e escolas. Sob o comando de Augusto Pinochet, o regime militar não possuía um plano econômico formado quando tomou o poder e acabou por adotar o projeto político-econômico-social do grupo conhecido como “Chicago Boys”, encabeçado por George Stigler e Milton Friedman, sua estratégia consistia em medidas centralizadoras do mercado como regulador da vida econômica do país (De Lira, 2010, p.03).

Em referências às bases administrativas da ditadura de Pinochet, Rojas (2021) classifica quatro setores estratégicos, colocando os economistas chilenos da Escola de Economia de Chicago como os responsáveis pela introdução da teoria que embasou as práticas econômicas e sociais no período. O autor ainda acrescenta que “o interesse do

processo de regionalização foi a capacidade de integrar esses diversos grupos em um sistema territorial voltado ao consenso neoliberal, criando uma nova elite política e econômica de perfil autoritária” (Rojas, 2021, p.28). Antes mesmo das potências econômicas mais influentes da doutrina, Estados Unidos e Inglaterra, adotarem seu modelo socioeconômico, o Chile foi o primeiro país onde as ideias formuladas por Friedman tomaram corpo.

Milton Friedman, diz Anderson (1995), foi um dos nomes envolvidos na sociedade Mont-Pèlerin, em 1947, esse grupo era organizado e dedicado ao propósito de combater o keynesianismo e o solidarismo fortemente difundidos na época (como já demonstrado anteriormente), discutindo as bases do capitalismo com novas regras para o futuro. O autor explica que a experiência chilena era norte-americana e que interessou conselheiros britânicos da primeira ministra Margareth Thatcher.

Assim sendo, é possível atestar a conexão entre a união dos interessados pela reformulação das ideias liberais como origem da série de medidas que fazem referência ao neoliberalismo, adotadas inicialmente no Chile. Esse grupo composto por participantes das elites em diferentes países alcançava setores da sociedade responsáveis pela formulação e aplicação de políticas econômicas e tiveram sua primeira oportunidade na América latina até ganharem espaço nos centros administrativos políticos nos países mais desenvolvidos.

Estes eventos históricos não são negados por Dardot e Laval (2016) que acrescentam:

A sociedade neoliberal em que vivemos é fruto de um processo histórico que não foi integralmente programado por seus pioneiros; os elementos que a compõe reuniram-se pouco a pouco, interagindo uns com os outros, fortalecendo uns aos outros. Da mesma forma como não é resultado direto de uma doutrina homogênea, a sociedade neoliberal não é reflexo de uma lógica do capital que suscita as formas sociais, culturais e políticas que lhe convém à medida que se expande. (Dardot; Laval, 2016, p. 24).

Assim, uma das formas de entender seu sucesso seria através das lógicas simbólicas que se instauram nas práticas sociais, mais do que apenas desenhar uma análise puramente jurídico-econômica do Estado, já que a doutrina participa da formulação de uma outra sociedade, uma outra razão de mundo. Além de que é necessário entendê-lo enquanto um campo de debate, com ideias que ora se combatem, ora se corroboram, ora se apreciam e, por isso, não é um conjunto de medidas prontas e replicáveis independente do contexto de cada Estado. Ou seja, seria importante partir da base de que toca além das condições administrativas que recaem sobre os cidadãos, nas suas subjetividades.

Uma mudança que surgiu nesse contexto foi o novo entendimento sobre o mercado, lido como uma realidade cambiante e que “designa não um meio natural, mas um processo

que tem dimensões objetivas e subjetivas, cuja coordenação é complexa e que utiliza competências e motivações psicológicas específicas dos agentes envolvidos” (Alves; Klaus; Loureiro, 2021, p. 6). Por isso, o mercado e o estado seriam autocriadores, através da ação dos sujeitos que vivem estas novas subjetividades.

Para Wendy Brown (2019) o neoliberalismo é como uma “criação frankensteiniana” e compreender esse processo requer entender aspectos e falhas de seus princípios, bem como sua conexão com outros poderes e forças tais quais o racismo, o fatalismo, o ressentimento e o niilismo. A autora busca estabelecer inter-relações entre a ascensão da extrema-direita nos últimos anos com a forma neoliberal de valoração da cultura e subjetividade política (que vem sendo construída desde a fundação da sociedade Mont-Pèlerin), em como esta razão oferece recursos para o ataque a democracia na contemporaneidade.

As transformações políticas e econômicas que passam a ocorrer entre os anos finais de 1970 e os inícios da década seguinte são denominadas por Brown enquanto “revolução neoliberal de Thatcher-Reagan”. Enquanto isso, Wallerstein (2004), na mesma direção pela qual segue David Harvey, caracteriza a doutrina que guiou Margareth Thatcher doravante a guerra de classes enquanto um conservadorismo agressivo que tentou reverter o Estado de Bem-estar social de modo a beneficiar as classes superiores.

Estas acepções partem das ações administrativas na gestão da primeira ministra, tais quais a redução de impostos sobre grandes fortunas, o corte de gastos sociais, o lançamento de um programa de privatização voltado a diversos setores, imposição de uma legislação anti-sindical e outros (Cremonese, 2001). Este cenário se prosseguiu devido greves de diferentes trabalhadores essenciais para o seguimento da vida cotidiana britânica e com apoio da mídia que “atacou com força total sindicatos gananciosos e perturbadores da ordem pública, e o apoio público aos trabalhadores caiu bastante. O governo trabalhista se desfez, e na eleição que se seguiu Margareth Thatcher obteve uma ponderável maioria” (Harvey, 2005, p. 68)²⁰. Ou seja, o mandato da “dama de ferro”²¹ surge nesse conjunto de forças interessadas na fragmentação dos sindicatos que convocavam intensas greves devido a estagflação.

Durante o governo de Ronald Reagan, nos Estados Unidos, ocorreu a restrição do

²⁰ Neste trecho, Harvey (2005) não acusa os sindicatos de serem gananciosos, mas utiliza estas caracterizações para reconstruir a narrativa midiática criada na época: a organização dos trabalhadores grevistas giraria em torno do objetivo comum de usufruir dos cofres públicos em detrimento dos outros cidadãos britânicos.

²¹ “Thatcher também foi um exemplo de radicalismo e inflexibilidade, o que lhe valeu esse apelido, Dama de Ferro. É conhecida a sua declaração, frente à greve dos mineiros ingleses: posso até quebrar a Inglaterra, se isso o preçopara vencer esse sindicato. Seus adversários costumam dizer que conseguiu os dois objetivos. O sindicato nunca mais foi o mesmo. Quanto à Inglaterra, seguiu uma trajetória clara de desfiguração, tanto no plano doméstico, quanto na política externa” (Moraes, 2013, p. 21).

poder do trabalho, desregulamento da indústria, da agricultura e dos setores extrativistas (Harvey, 2005). Da mesma forma que na Grã-Bretanha, elevou-se a taxa de juros e reduziu-se a taxa sobre as classes mais altas. Dardot e Laval (2016, p. 189) acrescentam que estes governos eram conservadores e colocaram em xeque a “regulação keynesiana macroeconômica, a propriedade pública das empresas, o sistema fiscal progressivo, a proteção social, o enquadramento do setor privado por regulamentações estritas, especialmente em matéria de direito trabalhista e representação dos assalariados”.

O programa político na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos que passou a ser aplicado em outros países e por organizações internacionais (FMI e Banco Mundial, por exemplo) surge como um conjunto de respostas que se traduz na Comissão Trilateral (em 1973) à ingovernabilidade das democracias. Assim, do encontro entre membros das elites políticas e econômicas mundiais (advindos dos Estados Unidos, Europa e Japão) gerou-se um documento que condenava a tendência do “excesso de democracia” que surgira em 1960 no mundo capitalista (Dardot; Leval, 2016). Ou seja, havia outra cúpula da elite reunida em volta da crise de estagflação que centraliza seus argumentos, dessa vez, no conjunto de distintas forças sociais interessadas na participação administrativa do Estado e na disputa dos grupos das classes mais baixas pelo aumento dos salários e novas exigências das condições de trabalho (demandas que inevitavelmente atingiam os donos das empresas).

Posteriormente à gestão dos representantes já citados, ocorreu o Consenso de Washington. Ele surgiu em decorrência do encontro de funcionários do governo estadunidense, organismos financeiros internacionais (do Banco Mundial e do FMI, por exemplo) e economistas destes países, em novembro de 1989, no qual dialogaram sobre reformas econômicas a serem empreendidas nos países da região (Batista, 1995). O documento expressa a decisão sobre a instauração do modelo neoliberal de desenvolvimento econômico a ser implementado pelos governos nacionais nas décadas seguintes, em troca da concessão de novos empréstimos aos países periféricos. (Silva, 2005, p. 256). As reformas de primeira geração são as seguintes:

A reforma do Estado, da previdência e reforma fiscal, a política de privatização de empresas estatais, a redução orçamentária de gastos públicos nacionais, o controle inflacionário, a política de facilitação de competitividade externa, a desregulamentação e regulamentação pela ótica privada, a estabilidade das instituições bancárias, a liberalização do fluxo de capitais, a obtenção de superávit primário, a política de incentivo do setor privado e de flexibilização dos contatos de trabalho (Kuczynski; Williamson, 2004 *apud* Silva. 2005).

O sistema de regras definiu, conforme Dardot e Laval (2016) um “sistema disciplinar

mundial” pelos governos atraídos pelo monetarismo de Milton Friedman²², principalmente pela valorização de uma diretriz que oferecia maior liberdade para os agentes privados pois conheceriam melhor os negócios e poderiam nutrir a economia nacional. Ocorre, diante do exposto, que a nova ordem econômica se funda pela concorrência enquanto regra suprema e universal de governo. O Estado torna-se sinônimo de falhas e crises, devendo assegurar as liberdades individuais dos agentes econômicos, enquanto instaura uma nova concepção valorativa sobre o mundo.

Paulani (2011) analisa que o Consenso de Washington foi a cartilha neoliberal para a periferia do capitalismo, principalmente para a América Latina, pois os bancos americanos mirava nestes países. Assim, em meio a desordem da economia e a luta contra a inflação, os agentes com poder de decisão firmaram um pacto para ampliar essa “fé” no mundo latino-americano endividado, por meio da ideia de que o Estado deveria ser conduzido como um negócio, produzindo lucro.

O Brasil é o último país da América latina no qual a doutrina é introduzida consoante um projeto econômico e social, no plano político de Fernando Collor, quando houve uma unificação de diversas frações do capital que buscavam uma alternativa à ascensão expressiva de um partido político de massas que ameaçava as classes dominantes na época (Filgueiras, 2006). Nos anos 90, é implantado com vigor no país, embora nos anos anteriores já houvessem propagandas que impulsionassem seus princípios através dos meios midiáticos por grandes empresas brasileiras (Filgueiras, 2000). Ou seja, a circulação das ideias doutrinárias no Brasil, em um primeiro momento, não se deve pela aplicação das reformas em si enquanto projeto de governo, mas pelos ecos advindos junto de conteúdos publicitários. Posteriormente, as medidas instauradas no Consenso de Washington são aplicadas em peso na recém-nascida década de 90 e persistem por todo o governo Cardoso (1994-2002).

Sobre o governo Collor, Antunes (2005) diz que o Plano Collor 1 foi um projeto de desenho neoliberal para um Brasil pouco desenvolvido e industrializado, que objetivava estancar a inflação para abrir caminho ao segundo momento, mais ofensivo, no Plano Collor 2. Para isso houve recessão violenta, arrocho salarial, redução do déficit público, privatização do Estado etc, medidas apoiadas pelo FMI que, em derradeiro, geraram um empobrecimento

²² A teoria de Friedmann se sustenta sob a proposta de uma economia de mercado que tem como características: “(i) Liberdade para definição de preços de serviços e mercadorias; (ii) Mercado mediado pela interação entre produtores e consumidores; (iii) Proteção, através de leis, da propriedade privada; e, (iv) Mínimas práticas irregulares ou ações que possam provocar problemas ao funcionamento mercado. O capitalismo competitivo é uma ampliação deste sistema, com maior especialização e divisão do trabalho, bem como a existência de instituições cuja função é a de intermediar as trocas. O dinheiro, por exemplo, tem sua utilidade ampliada como meio de troca para as transações.” (Silva; Aguilar-Filho, 2019, p.27).

acentuado do país.

Enquanto isso, destacamos a greve nacional do petroleiros em 1995 como um acontecimento que denuncia os reflexos do neoliberalismo dos países desenvolvidos no contexto brasileiro, dentre suas causas da greve estão o estrago salarial da categoria e a tendência de privatização do monopólio estatal do petróleo. A resposta do governo FHC, relata Antunes (2005), foi militarizar o confronto por meio do respaldo jurídico do Tribunal Superior do Trabalho (TST), recusar negociação com o sindicato e, principalmente, utilizar dos aparelhos ideológicos para imprimir a tese do caráter impopular da greve, dos maiores canais de televisão aos menores programas de rádio.

A repressão encabeçada por FHC recupera elementos semelhantes às ações de Thatcher na greve dos mineiros em 1974, atualizados ao contexto nacional pela propagação midiática de que o movimento era corporativista e queria apoderar-se do petróleo brasileiro. Além disso, vendeu-se a imagem de que a categoria era uma “massa de privilegiados” e “exploradores do Estado” enquanto o governo respondia com tirania. A greve recupera o contexto de execução, em 1994, do Programa Collor que fora reimplementado em razão de uma racionalidade burguesa, resultando no novo processo acentuado de “privatização, desindustrialização, “integração” servil e subordinada à ordem mundializada, convertendo-nos em país do cassino financeiro internacional” (Antunes, 2005, p. 37).

Sobre o governo FHC, ainda houve abertura comercial, privatização da Telebras, Vale do Rio Doce, Telesp e grande parte dos bancos estaduais a preços baixos. A Petrobras, mesmo com a luta dos petroleiros, teve suas ramificações de química fina, petroquímica e ações com direito ao voto vendidas e desnacionalizadas (Paulani, 2011)

A vitória de Lula em 2002 expectou uma mudança de direção aos rumos do país tomava devido as ações dos anos 90. O Brasil teve um processo de “privatização acelerada, informalidade descompensada, desindustrialização avançada e financeirização desmesurada. Tudo conforme ditava o figurino global” (Antunes, 2005, p. 165). Ainda segundo o autor, em seus três primeiros anos de gestão, a gestão do PT subordinou-se ao ideário e à pragmática neoliberais, ampliou a informalidade do trabalho, curvou-se às transnacionais, colocou trabalhadores privados contra trabalhadores públicos incentivando a luta-interclasse. Seu diagnóstico foi que o partido dos trabalhadores brasileiros assemelhou-se ao Party Labour da Inglaterra, que também curvou-se às frações mais poderosas do capital quando conseguiu ascender ao poder em 1997 (sob a nova alcunha “New Labor”), marcando o fim da era Thatcher.

Para Maciel (2013), o governo Lula consolidou o neoliberalismo como programa político, trazendo o apoio de organizações do mundo do trabalho para a hegemonia do capital financeiro. O projeto defendido pelo partido como de caráter social-desenvolvimentista, na eleição de 2010, fora prejudicado pelas medidas tomadas frente a crise econômica mundial da época tais quais o corte de gastos, aumento de juros, privatização e fortalecimento da mescla entre acumulação privada e recursos públicos.

Tomamos a liberdade de fazer um salto à gestão Bolsonaro, cuja agenda foi, afirmam Silva e Rodrigues (2021), politicamente autoritária, socialmente conservadora e economicamente neoliberal. Os autores indicam uma série de medidas encaminhadas pelo ministro da Economia Paulo Guedes, como o desmonte de políticas públicas e o avanço de privatizações, uma delas é expressa pela venda de ações da BR Distribuidora (a maior distribuidora de combustível do Brasil), reduzindo a participação da Pétrobras para 37,5% e resultando no desligamento de parte de seis trabalhadores.

Com esse cenário histórico exposto, acrescentamos ser impossível separar as condições que permitiram o alastramento do neoliberalismo pelo mundo do imperialismo²³ que é uma característica fundamental do capitalismo desde suas origens. Duménil e Lévy (2007, p.3) definem que a rivalidade entre os países capitalistas mais desenvolvidos, que possibilitou a emergência dos Estados Unidos como potência econômica foi “substituída pela confrontação bipolar da guerra fria e, desde a queda da União Soviética, vivemos em um mundo imperial unipolar. Isso não significa que os EUA são o único poder imperialista, mas que a hegemonia desse país agora fica bem estabelecida”. Dessa forma, continuam eles, esses princípios configuraram um golpe político que buscava pela restauração dos privilégios das famílias mais ricas nos países centrais do capitalismo (sobretudo nos EUA), reduzidos na crise em 1970.

Esse caráter imperial é expresso pelas estratégias de adesão da doutrina nos países periféricos do capitalismo, seja pela concessão de empréstimos em troca de mudanças estruturais nas suas políticas econômicas e sociais (representados na América Latina pelo Congresso de Washington que assegurava o apoio do FMI), seja pelo favorecimento de figuras ditatoriais em cargos de liderança nestes países.

²³ Amin (2005, p. 84) diz que “O imperialismo, então, não é um estágio – nem mesmo o estágio supremo – do capitalismo. Ele é, desde a origem, imanente à sua expansão. A conquista imperialista do planeta pelos europeus e seus filhos norte-americanos se desdobrou em dois tempos e dá início talvez a um terceiro.” Assim, entende-se que o imperialismo é um sistema de subjugação dos países centrais do capitalismo em relação aos periféricos, através da instauração estratégica de ações socioeconômicas e valores ideológicos impulsionados em seus limites.

2.1 CONCEITOS E VALORES: “ESTADO LIVRE, ECONOMIA FORTE”.

No centro do Estado neoliberal, se encontra a qualificação, devido suas raízes no Liberalismo Clássico, da liberdade econômica e do livre mercado. Porém, essa forma política “tem como principal característica o fato de alterar radicalmente o modo de exercício do poder governamental, assim como as referências doutrinárias no contexto de uma mudança das regras de funcionamento do capitalismo” (Dardot; Laval, 2016, p. 190). Os autores ainda acrescentam o papel de defesa do poder nacional em relação às tensões externas, da polícia às insurgências domésticas, do controle sobre a população e da valorização da moral conservadora: família e tradição.

Sua grande novidade como doutrina originada em solo burguês, então, é que reconhece a importância da participação do Estado em relação ao livre comércio e às liberdades individuais enquanto instaura uma mudança ideológica nos sujeitos que compõem estas estruturas. Os contratos e os direitos individuais são como mandamentos e têm de ser protegidos a todo custo, o Estado deve “usar seu monopólio dos meios de violência para preservar a todo custo essas liberdades [...] A empresa privada e a iniciativa dos empreendedores são julgadas as chaves da inovação e da criação de riqueza” (Harvey, 2005, p. 75). Podemos traduzir a doutrina, em parte, pela extensão das lógicas mercadológicas, técnicas e competitivas às esferas da vida pessoal, e o Estado como protetor jurídico do conjunto de direitos e deveres que cabem aos cidadãos, através de suas instituições.

Por sua vez, Brown (2019, p. 100) faz um desenho do que seria o sonho neoliberal, como “uma ordem global de fluxo e acumulação de capital livres, nações organizadas pela moralidade tradicional e pelo mercado e de Estados orientados quase exclusivamente para esse projeto”, a cidadania seria representada majoritariamente apenas ao voto, à criação de regras universais e os tribunais. Entretanto, ela aponta contradições que ocorrem na contemporaneidade deste Estado, principalmente à forte influência das grandes indústrias na prática legislativa – entendemos que esse viés pode ser representado, por exemplo, pelos atos de Improbidade Administrativa, nepotismo, financiamento de campanhas eleitorais por empresas privadas etc.

Durante o processo de construção teórica do neoliberalismo, seus principais pensadores divergiam sobre o papel ativo das instituições na seguridade dos direitos de concorrência, os intervencionistas são representados por Rougier, Lippmann e os ordoliberais

(corrente alemã) enquanto os austríacos Von Mises e Hayek se recusaram a definir o papel das instituições nessa intervenção (Dardot; Laval, 2016). Estes últimos são apontados pelos teóricos enquanto responsáveis pela formalização da figura do empreendedor, ou homem-empresa, enquanto principal agente da sociedade de mercado.

A doutrina austríaca privilegia uma dimensão agonística: a da competição e da rivalidade. A partir da luta dos agentes é que se poderá descrever não a formação de um equilíbrio definido por condições formais, mas a própria vida econômica, cujo autor real é o empreendedor, motivado pelo espírito empresarial que se encontra em graus diferentes em cada um de nós e cujo único freio é o Estado, quando trava ou suprime a livre competição (Dardot; Laval, 2016, p.135 - 136)

A fundamentação teórica sistematizada nesta corrente de pensamento demonstra que, além da formulação de uma suposta realidade social que contaria com estes tipos de sujeito em seu centro, há visadas de rivalização na prática cotidiana. Ou seja, uma tentativa de idealizar um indivíduo que em seu “espírito” necessita concorrer com outros pela criação e desenvolvimento de oportunidades lucrativas - permitir aos cidadãos tornarem-se sujeitos de mercado ativos e necessários ao funcionamento da sociedade.

Acrescentamos que esta dimensão racional sobre a concorrência de mercado não recai apenas nas materialidades externas ao sujeito, como na gestão de sua própria vida ou diferentes partes dela. Assim, as relações de amizade, familiares e amorosas passam a ser vistas por um modelo empresarial, de planejamento, investimento, execução de tarefas, recompensas etc.

Neste sentido, mais do que conceber uma nova subjetividade, o triunfo neoliberal ocorre através da supressão da consciência dos sujeitos enquanto pertencentes ao coletivo, relacionados a uma classe social e que vendem sua força de trabalho para o desenvolvimento de um produto - há uma substituição ideológica do trabalhador pelo homem-empresa (Duque, 2022). Na mesma direção, Brown (2019, p. 39) faz um diagnóstico sobre estes ideais em detrimento ao conceito de “social”, afirmando que “O ataque neoliberal ao social, que estamos prestes a examinar mais de perto, é fundamental para gerar uma cultura antidemocrática desde baixo, ao mesmo tempo em que constrói e legitima formas antidemocráticas de poder estatal desde cima”.

A autora explora a visão negativa de Hayek sobre a noção de “social” da época. Ele considerava o termo falso e perigoso pois a preocupação com o “social” seria a principal marca daqueles que, em algum grau, tentaram controlar a existência coletiva com tirania (referindo se tanto ao fascismo quanto ao socialismo). Por isso, podemos elencar os motivos

pelos quais ele classifica “sociedade” como uma ilusão: o termo é ambíguo e denotaria, na modernidade, tipos de conexões humanas impessoais em larga escala da mesma forma que as relações próximas e cotidianas; os processos impessoais e espontâneos seriam resultado de criação deliberada, gerando a ilusão de que determinadas leis e pautas políticas são importantes para todos, legitimando o papel tirânico do Estado; o conceito personifica uma coleção de indivíduos, como se lhes retirasse suas subjetividades. A sociedade seria projetada enquanto um palco de justiça, os critérios que regulam o mercado e os códigos morais recairiam sobre todos os diferentes sem que estes tivessem qualquer tipo de escolha ativa e protagonismo. (Hayek, 1985 apud Brown, 2019)

Ainda sobre as possíveis relações entre ideias neoliberais e forças antidemocráticas contemporâneas, Brown (2019) argumenta que as condições impostas por esse campo ideológico são inéditas se comparadas com outros períodos turbulentos do capitalismo, sua construção é a base de um novo contexto que não se caracteriza pela réplica de outras tiranias já vistas na história. Ela objetiva observar como

As formulações neoliberais da liberdade inspiram e legitimam a extrema direita e como a direita mobiliza um discurso de liberdade para justificar suas exclusões e violações às vezes violentas e que visam reassegurar a hegemonia branca, masculina e cristã, e não apenas expandir o poder do capital (Brown, 2019, p.20).

Em outras palavras, no nível simbólico, é possível observar as dinâmicas de poder que acompanham distintos grupos sociais através dos discursos de liberdade econômica e livre mercado, a interferência nas subjetividades dos cidadãos prescreve uma nova visão sobre o mundo e sobre si mesmos. Os eventos sociais e políticos são corroborados ou atacados na medida em que se associam ou não as práticas sociais e a estrutura política, econômica e jurídica do Estado.

Ainda que essa doutrina formule em sua prática diversos valores sobre a sociedade a partir da dimensão competitivas que guia seus componentes, bem como é fruto de uma construção contínua desde os anos 30, para Lippman (um de seus primeiro ideólogos) o governo liberal não possui “ideologia”. Na verdade, esse conjunto de práticas governamentais resultaria “da própria natureza dos laços sociais dentro da sociedade mercantil” (Dardot; Laval, 2016, p. 94). Percebemos uma guinada lógica interligada à teoria liberal clássica, os autores neoliberais tentam construir uma concepção de natureza social, que por si própria acaba por ser ideológica. As relações de troca e competitividade seriam anteriores ao próprio capitalismo, estariam na gênese das relações humanas - por isso qualquer outra concepção do

social seria fruto de uma mente autoritária, que procura uma posição de poder justificada por saber como administrar em vista do bem de todos/as.

A noção de que os laços sociais de um grupo cuja maior característica é a “alma marcantil” dá suporte à visão sobre as leis em uma possível gerência guiada por um liberalismo. Seriam regras gerais das relações entre os indivíduos, uma expressão destas relações. Dardot e Laval explicam que para Lippman, então, o setor jurídico compreende uma série de direitos e deveres iminentes que culminam em um controle social exercido pelos próprios indivíduos em uma relação recíproca. Novamente, nega uma possível inter-relação entre o neoliberalismo e o autoritarismo, pois no centro da conduta permitida pelos indivíduos, a legalidade seria definida pelo conjunto de todo o grupo social e não por alguém ou uma pequena cúpula que impõe regras aos subordinados – estas ações seriam produtos de uma evolução conjunta “de uma experiência coletiva das necessidades de regulamentação surgidas da multiplicação e da modificação das transações interindividuais” (Dardo; Laval, 2016, p.95).

Em Nascimento da Biopolítica²⁴(2022), Foucault trata sobre a fobia do Estado, que tem casos remanescentes no século XVI e XVIII, mas após 1950 aparece veiculado nas ideias dos neomarginalistas²⁵ austríacos, principalmente Von Mises e Hayek. O filósofo afirma que essa aversão é um sinal da crise de governamentabilidade das épocas, mas antes, propõe uma discussão epistemológica sobre o Estado

O Estado não é universal, o Estado não é em si uma fonte autônoma de poder. O Estado nada mais é que o efeito, o perfil, o recorte móvel de uma perpétua estatização, ou de perpétua estatizações, de transações incessantes que modificam, que deslocam, que subvertem, que fazer deslizar insidiosamente, pouco importa, as fontes de financiamento, as modalidades de investimento, os centros de decisão, as formas e os tipos de controle, as relações entre as autoridades locais, a autoridade central etc. [...] O estado não é nada mais que o efeito móvel de um regime de governamentalidades múltiplas. (Foucault, 2022, p. 100).

Ou seja, Foucault centra-se nos mecanismos estatais e nos centros distintos de governamentalidades enquanto constituintes do Estado e alicerçado neles propõe uma discussão sobre as programações neoliberais, eliminando uma definição de Estado enquanto

²⁴ Na nota que abre o livro, assinada por François Ewald e Alessandro Fontana, explica-se que o livro é baseado no curso ministrado por Foucault todos os anos, entre janeiro e março, transcrito de gravações feitas por Gérard Burlet e Jacques Lagrange.

²⁵ Em sua origem, a escola marginalista é representada pelos estudiosos Jevons (inglês) Leon Walras (francês) e Karl Menger (austríaco) que fundaram separadamente bases muito parecidas para pensar a economia, hoje formulados como *utilidade marginal*. Em resumo, se baseiam na ideia de medida psicológica de valor que depende da quantidade de produtos consumidos: se um indivíduo consome várias doses sucessivas de um bem econômico, encontra uma satisfação decrescente a cada nova dose – o valor do bem de consumo é determinado pela sensação da última dose que foi consumida. (Abrantes, 2004).

universal político. Nesse contexto, ele aponta o desenvolvimento de uma resolução para os pensadores da doutrina, que formulamos como uma pergunta: como as concepções que envolvem a liberdade econômica podem legitimar a fundação de um Estado (ou arte de governar) neoliberal a ser criado no futuro, na medida em que limita seu papel? De outra forma, ele diz “como a liberdade econômica pode ser ao mesmo tempo fundadora e limitadora, garantia e caução de um Estado?” (Foucault, 2022, p. 136).

O neoliberalismo contaria com duas formas: a ancoragem alemã (os já citados ordoliberalis) que se relaciona com a construção de pensamento austríaca e a ancoragem americana referente à política de New Deal²⁶. Compreendemos que nessa concepção podemos resgatar a origem do ser-empresa (a nova forma de subjetividade nesta sociedade idealizada) já que diferentes governamentalidades passaram a preconizar a liberdade de concorrência através de medidas jurídicas e econômicas, bem como propagar ideias empreendedoras nos âmbitos político e social.

Os efeitos destes princípios formais na arte de governar recaem em pontos importantes ao programa pensado pelos ordoliberalis, que passam a conceder ao Estado o papel de vigilante e interventor em prol da economia de mercado. Foucault (2022) destaca três deles: o problema do monopólio, o problema da ação econômica conforme e o problema da política social. Nos alongaremos apenas nos dois últimos²⁷

A ação econômica conforme define as duas maneiras pelas quais o Estado deve intervir no programa neoliberal: as ações reguladoras procuram favorecer a estabilidade de preços através do controle da inflação e redução moderada de impostos, isso permitiria a manutenção do poder aquisitivo e de um nível de emprego mais elevado, por exemplo. Por esta lógica, o pleno emprego não é visto como um objetivo das ações governamentais mas o resultado da ação em vista da estabilidade de preços - a possibilidade de trabalhar passa de um direito para um estado do sujeito “em transição entre uma atividade não rentável e uma atividade mais rentável” (Foucault, 2022, p. 188), o Estado não deve ter uma política (por meio de decretos e leis) que garanta empregos.

Enquanto isso, as ações ordenadoras têm como função fazer a intervenção nas

²⁶ Plano de governo do 32º presidente estadunidense Franklin D. Roosevelt adotado como estratégia para a superação da grande depressão de 30, suas políticas foram marcadas pelas reformas econômicas e regulação de setores da economia. As políticas de New Deal são consideradas coletivistas e marcam a interferência do mercado da economia.

²⁷ O problema do monopólio é o mais expressivo e perceptível, Harvey (2014, p. 77) explica que “A competição costuma resultar no monopólio ou oligopólio à medida que empresas mais fortes vão expulsando do mercado empresas mais fracas”. A liberdade econômica, então, acaba por ser impossibilitada pelos resultados adquiridos através das medidas que a visam como um objetivo.

condições mais estruturais do mercado, este enquanto um regulador econômico e social geral. Elas necessitam ser discretas nos processos econômicos (não podem conceder apoio e assistência para algum setor através de empréstimo, por exemplo) e, por outro lado, “maciça quando se trata desse conjunto de dados técnicos, científicos, jurídicos, demográficos, digamos, grosso modo, sociais, que vão se tornar cada vez mais o objeto da intervenção governamental (Foucault, 2022, p. 190).

Por fim, o terceiro aspecto na arte de governar recai sobre a política social que é, de forma geral, “uma política que se estabelece como objetivo uma relativa repartição do acesso de cada um aos bens de consumo” (Foucault, 2022, p.191). Os ordoliberalistas se debruçaram nesse plano através do contraponto ao Estado de bem-estar social keynesiano, em sua lógica a repartição de acesso aos bens de consumo não pode configurar um objetivo, ou interferir nos mecanismos dos preços que são resultado do jogo de diferenciação influenciado pela concorrência.

Em linhas gerais, é preciso que haja pessoas que trabalhem e outras que não trabalhem, ou que haja salários altos e salários baixos, é preciso que os preços também subam e desçam [...] uma política social que tivesse por objeto principal a igualização, ainda que relativa, que adotasse como tema central a repartição, ainda que relativa, essa política social seria necessariamente antieconômica. Uma política social não pode adotar a igualdade antieconômica. (Foucault, 2022, p. 192).

No fundamento teórico ordoliberal se frisa que questões de desigualdade (sobre pleno emprego) são dinâmicas que balizam um estado de concorrência entre os agentes econômicos, movidos por um espírito competitivo. Políticas de igualização deixariam o mercado “morno”, subtrairiam recursos de investimento e gerariam crises governamentais.

Ao aprofundar o ordoliberalismo, Brown (2019, p.93) destaca que a teoria busca “desdemocratizar o Estado e substituí-lo por outro, suportado pela expertise técnica, dirigido por autoridades competentes e devotado aos princípios de uma economia competitiva e liberalizada”. Tal concepção advém da divergência com o as massas que teriam sido a razão fundamental de queda dos estados liberais anteriores, através do assistencialismo (remontando as políticas “para o povo” advindas desde o século XVIII como culpadas pela crise no início do século XX).

Os teóricos neoliberais, na visão de Harvey (2014, p. 77), tem uma suspeita sobre a democracia pois entendem que “A governança pelo regime da maioria é considerada uma ameaça potencial aos direitos individuais e às liberdades constitucionais”. A classe média é vista como peça-chave nesse jogo político pois estariam, em teoria, relativamente libertos de

uma condição de influência (manipulação), por se encontrarem no centro do estado transitivo entre uma atividade menos rentável e uma mais rentável (como o emprego tende a ser visto em algumas correntes).

Por isso, não deve haver socialização do consumo e da renda, mas privatizações enquanto instrumento das políticas destinadas aos cidadãos, através da capitalização generalizada para todas as classes sociais. Em derradeiro, todos contariam com o direito à propriedade privada, a concessão de um espaço econômico no qual podem se desenvolver, competir e enfrentar riscos sob seus próprios termos – objetiva-se a individualização na e pela política social privatizada (Foucault, 2022). O bem-estar social seria consequência do crescimento econômico, este que contaria naturalmente com desigualdades entre classes, os cidadãos crescem juntos em uma economia dinâmica e cada um é responsável por seu conforto em sua propriedade.

Nestes governos que querem fazer com que o mercado seja possível, apresenta-se a instauração de uma nova sociedade mercantil, na qual “O homo oeconomicus que se quer reconstruir não é um homem da troca, não é o homem consumidor, é o homem da empresa e da produção” (Foucault, 2022, p. 197). Ou seja, uma novidade em relação a outros arquétipos sociais derivados da massificação ou uniformização social: a programação de uma sociedade indexada não na mercadoria, mas na forma de empresas múltiplas e diferenciadas. Com base na perspectiva foucaultiana, Verónica Gago (2019, p.13) faz uma topologia em duas dimensões: de cima para baixo, a doutrina culmina em novas estratégias de acumulação por corporações, agências e governos, gerando uma modificação em instituições estatais; de baixo para cima, proliferação de novos modos de vida e obediência que projetam uma nova racionalidade coletiva.

Estas organizações (de cima) são cada vez mais numerosas, têm conflitos entre si e afetam o corpo social (de baixo). Enquanto efeito dessa realidade, a sociedade empresarial está interligada à necessidade de múltiplas instituições judiciárias que emolduram o jogo-economia (cujo os jogadores são os indivíduos-empresas), enquanto reguladores de suas regras. Há, enfim, uma projeção da economia de mercado concorrencial, que conta com a renovação institucional que recai no cidadão, intervindo nele pela revalorização da empresa como agente econômico fundamental.

Enquanto no ordoliberalismo anima-se essa autodelimitação do Estado por ele mesmo, na busca por uma economia “livre”, na vertente estadunidense²⁸ os princípios de troca e

²⁸ Na edição da obra de Foucault consultada por nós, há o estabelecimento de duas vertentes principais do

concorrência seriam os fundadores do próprio Estado. O caráter da arte de governar, no referido país, recai sobre questões de liberdade enquanto um princípio “utópico”, desembocando em “uma grade de análise econômica e sociológica” (2022, p. 293).

Sobre o tópico da liberdade, Harvey (2014) explora a falta de debates sérios acerca das possíveis definições divergentes que o conceito possuía na sua contemporaneidade²⁹, levando em conta que era utilizada como um princípio moral na égide das políticas imperialistas (sob a lógica de libertar um país do terrorismo, por exemplo). Ele utiliza um tom provocativo para pôr em xeque o conceito de liberdade para aplicação de uma governamentalidade que, na prática, coage seus cidadãos e os de outros estados soberanos às determinadas atividades econômicas e sociais.

Nesse quesito, existe uma forte relação entre empregos informais, ilustrados pelos vendedores e pequenos produtores de mercadorias, com a escassez de estruturas sociais de apoio aos que ficaram de fora do mercado e se lançam à sorte em empreendimentos infrutíferos. Além disso, fala sobre as pessoas que foram “expulsas do mercado”, que entendemos, no contexto da obra, serem aquelas que não podem participar do “jogo econômico” porque suas condições materiais não lhes oferecem recursos e a moldura jurídica do Estado não lhes preveem garantias no processo prático de neoliberalização (advindos das classes mais baixas, nas periferias das cidades).

Notamos, no conceito de capital humano como definido por Foucault (2022), uma intrínseca relação entre a liberdade contraditória apontada por Harvey e as definições teóricas acerca do trabalho na vertente neoliberal estadunidense. O autor francês aponta que no processos de debate acerca de um novo liberalismo por pensadores dos EUA (ou que lá se fixaram) houve uma reintrodução do conceito de trabalho na análise econômica, sendo que a doutrina do liberalismo clássico o havia apontado enquanto um dos fatores que condicionam a produção de bens materiais, mas tinha apenas desenvolvido teoricamente outros dois fatores envolvidos: a terra e o capital.

Essa preocupação culminou na definição sobre como os trabalhadores utilizam seus recursos, como entendem suas atividades enquanto conduta econômica vivida e como veem seus salários. Mesmo que sem conceber uma antropologia do trabalho por meio de métodos, ainda assim alguns teóricos analisam esta atividade partindo do ponto de vista de quem toma a decisão de trabalhar, concluindo que estes agentes não enxergam suas atividades enquanto

neoliberalismo chamadas de alemã e americana. Como não ocorre a generalização “neoliberalismo europeu” para se referir a linha de pensamento desenvolvida na Alemanha, decidimos não fazer a generalização “neoliberalismo americano” para nos referirmos à teoria nascida nos Estados Unidos.

²⁹ A obra “O neoliberalismo: história e implicações” foi publicada pela primeira vez em 2005

venda da sua força de trabalho, mas como renda de um investimento.

Ora, qual é o capital de que o salário é a renda? Pois bem, é o conjunto de todos os fatores físicos e psicológicos que tornam uma pessoa capaz de ganhar este ou aquele salário, de sorte que, visto do lado do trabalhador, o trabalho não é uma mercadoria reduzida por abstração à força de trabalho e ao tempo [durante] o qual ela é utilizada. (Foucault, 2022, p.300).

Atesta-se uma nova lógica que sustenta essa individualização social (a qualificação do ser-empresa) pela valoração de suas atribuições físicas e psicológicas enquanto um capital. A “renda”, ou seu valor do trabalho, seria definida pelos resultados obtidos em equivalência com o nível de investimento feito naquela atividade. A competência do trabalhador seria como seu meio de produção, indissociável dele, ao investir esse capital em uma empresa ele estaria vendendo, nesta lógica, a si mesmo. O sujeito em contexto da nova governamentalidade passa a ser o empresário de si mesmo e inúmeros aspectos da vida podem ser vistos por esse prisma: cuidar da saúde, da educação, da beleza, da espiritualidade são investimentos do sujeito que culminarão em uma renda, que o possibilitaram “vencer” no jogo econômico.

As políticas de crescimento nos países mais desenvolvidos, quando afetadas por este governo, voltam-se às modificações na forma de investimento em capital humano, orientando políticas sociais, culturais e educacionais. Nas de pequeno mundo, ele entende que as análises práticas dos neoliberais concluem que esse investimento não é o suficiente. Ou seja, os próprios fenômenos sociais são integrados na busca de inserção destas políticas econômicas, com a finalidade de privilegiar o jogo competitivo.

O tecido social passa a ser entendido enquanto encaixe de uma extensa multiplicidade de empresas limitadas em tamanho para que as ações individuais possam ser significativas, bem como para que os indivíduos não sejam compelidos a se relacionarem no âmbito da grande empresa (o maior possível seria o Estado) apenas. Em outra dimensão, da vida do indivíduo, relações familiares, matrimoniais, com sua propriedade privada, etc., fazem dele uma empresa permanente e múltipla que fomenta o modelo econômico da vida: oferta e procura; investimentos, gastos e lucros. (Foucault, 2022).

Retomamos a pretensa “falta de ideologia”³⁰ pregada por Lippman sobre os princípios liberais, porque as relações de troca seriam da natureza humana. Esta concepção já é

³⁰ Assinalamos que a ideologia discutida entre os pensadores neoliberais e os estudiosos que buscam tecer uma visão analítica sobre ela são distintas da ideologia como concebida pelo Círculo, na medida em que na filosofia da linguagem seguida por nós a ideologia representa a ligação do enunciado com as esferas da atividade humana e a capacidade de valoração dos signos ideológicos em contexto real de comunicação, a depender das intenções e do horizonte social do locutor.

ideológica porque é fruto de sujeitos organizados socialmente e interessados em uma formulação conceitual de renovação do liberalismo clássico. Por outro lado, temos o produto ideológico do neoliberalismo que superou o status de atualização para tornar-se uma nova doutrina com seus próprios princípios: a preconização, simbólica, da competitividade e responsabilidade do indivíduo-empresa, no jogo econômico emoldurado por governamentalidades que definem suas regras e legitimam seus vencedores, sob a justificativa da superação de uma alienação sobre seu trabalho e sua vida (uma nova alienação fundada em uma pretensa liberdade pessoal)

Esta ideologia é radicalmente tomada por modelo na vertente estadunidense, generalizada em todo o corpo social e princípio de inteligibilidade das relações sociais e comportamentos individuais (por exemplo, a criação de filhos ocorre como investimento de capital humano, investir na criança para que se torne um adulto-empresa mais completo, gerando recompensas emocionais dos pais de dever cumprido e no filho a renda quando adulto). A grade econômica é utilizada como lente para olhar toda e qualquer ação governamental, ancorando uma crítica permanente da ação política e governamental (Foucault, 2022).

2.2 TRABALHO E LIBERDADE NA REALIDADE NEOLIBERAL CONTEMPORÂNEA

Como explorado nos subcapítulos anteriores da seção, o neoliberalismo se configura enquanto uma lógica ou razão de mundo que recai nos agentes econômicos e sociais, tratados por indivíduos-empresas, envolvidos em um jogo econômico regulado e emoldurado por diferentes governamentalidades. A partir deste princípio teórico, pretendemos exercer uma reflexão sobre o trabalho abarcado pela perspectiva de liberdade individual, quando possível focalizando o contexto brasileiro.

Esse recorte incute apontar características do Estado na prática, em como as políticas socioeconômicas regidas pela doutrina se apresentaram nos últimos anos. Neste caso, Harvey (2014, p.80) aponta possíveis linhas gerais de argumentação que dariam conta de apoiar um conceito, ainda que esta tarefa seja de difícil realização por dois motivos: a dinâmica evolutiva que força adaptações extremamente variáveis de lugar para lugar; os desvios do modelo da teoria neoliberal, que vão além das contradições internas intrínsecas ao ideal político- econômico concebido em suas linhas teóricas. Tais dinâmicas contariam, inclusive, com a restauração do poder de classe que interferiu em certos aspectos de sua aplicação

prática.

Primeiramente, em caso de conflito de interesses, o Estado se posiciona ativamente e lança mão de medidas que favoreçam um “clima de negócios e investimentos” para empreendimentos capitalistas afastando-se, se necessário, das pautas trabalhistas, do bem-estar social e da qualidade de vida e ambiental. Em segundo plano, considerações oportunistas motivadas por fatores pragmáticos como interferência de representantes políticos nos projetos de leis direcionados às causas sociais por motivações individuais, favorecimento de interesses comerciais específicos (como negociação de armas, por exemplo), concessão de créditos entre Estados para acesso e influência política em regiões geopoliticamente sensíveis (Harvey 2014)³¹.

Percebe-se, na visão de Harvey, que a adaptação de um “clima favorável” ocorre em vista de interesses específicos por parte da elite econômica e outros agentes que se inserem nas dinâmicas de poder e influência. Nessa seara, ocorre a inserção da abordagem quanto ao mercado de trabalho, já que “o Estado neoliberal é necessariamente hostil a toda forma de solidariedade social que imponha restrições à acumulação do capital” (Harvey, 2014, p. 85).

Para isso, é necessário disciplinar ou eliminar movimentos sociais e os sindicatos vistos como restritivos, por exemplo, em nome de uma suposta liberdade do trabalhador isolado, bem como flexibilização das suas condições de trabalho. Na prática, as assimetrias entre os trabalhadores em termos de acesso de informação e poder de mobilidade de trabalho ocasiona baixos salários, perdas de benefícios e falta de proteção do empregado: fracassos e falhas costumam ser interpretadas como de inteira responsabilidade do trabalhador.

A corrosão dos direitos do trabalhador, empobrecimento de camadas sociais numerosas e a maior facilidade para demissões e redução do poder de compra produziram, conforme Dardot e Laval (2016), um aumento da dependência dos empregados em relação aos seus empregadores facilitando a neogestão em empresas, pautada na naturalização dos riscos (de ficar sem emprego, moradia, alimento). Esta possibilidade faz parte de uma nova modelagem no comportamento destes trabalhadores e nas formas de subjetivação que emergiram no Estado neoliberal: os indivíduos necessitam ser aptos para suportar condições que lhe são impostas devido aos riscos, na medida em que produzem e fortalecem novas

³¹ Essa visão crítica de Harvey é explanada por ele junto de alguns exemplo práticos como a defesa do ex-presidente Bush no Estados Unidos ao livre mercado e livre comércio a medida em que impôs tarifas ao aço para aumentar suas chances eleitorais; os Europeus tendem a proteger a agricultura sem deixar de insistir no livre comércio por razões sociais, políticas e estéticas; diversas intervenções no Estado em vista de interesses econômicos específico como, por exemplo, a negociação de armas; concessão de créditos entre Estados na busca influência política em regiões sensíveis geopoliticamente...

condições precárias e as relações de competição entre si.

Desse modo, injunge-se o sujeito a conformar-se intimamente, por um trabalho interior constante, à seguinte imagem: ele deve cuidar constantemente para ser o mais eficaz possível, mostrar-se inteiramente envolvido no trabalho, aperfeiçoar-se por uma aprendizagem contínua, aceitar a grande flexibilidade exigida pelas mudanças incessantes impostas pelo mercado [...] a racionalidade neoliberal impele o eu a agir sobre si mesmo para fortalecer-se e, assim, sobreviver na competição (Dardot; Laval, 2016, p.330-331).

Percebe-se que o êxito nessa nova doutrina, em parte, ocorre pela possibilidade de que o sujeito seja ativo na reprodução das condições precárias que o afeta, através da gestão dos desejos pessoais inter-relacionados à sua atividade profissional. Nesta visão, trabalhar para o outro é encarado como trabalhar para si mesmo e produzir mais que os outros qualifica o sujeito em termos de realização pessoal.

Retomamos o estudo de Harvey (2014), sobre como a falta de estruturas no Estado neoliberal capazes de introduzir os trabalhadores no âmbito empresarial culminou no grande número de empregos informais e infrutíferos por aqueles que ficaram de fora do mercado ou foram expulsos dele. Em outras palavras, as camadas mais vulneráveis da sociedade não conseguiram se adaptar, frequentemente, à cultura empresarial das classes superiores o que gerou uma flexibilização de trabalho cada vez mais acentuada.

Nesse quesito, Abílio (2015) aponta para as revendedoras brasileiras como uma classe de trabalhadoras que reproduzem elementos do trabalho amador, em um contexto de invisibilidade social, através do não reconhecimento empregatício entre empresas de cosméticos e as revendedoras – os efeitos dessa atividade econômica são traduzidos na confusão sobre qual seus direitos indispensáveis, os modos de remuneração, o tempo de trabalho e a seguridade profissional.

O contexto das revendedoras indicam os primeiros indícios da tendência de *uberização do trabalho* no Brasil que

refere-se às regulações estatais e ao papel ativo do Estado na eliminação de direitos, de mediações e controles publicamente constituídos; resulta da flexibilização do trabalho, aqui compreendida como essa eliminação de freios legais à exploração do trabalho, que envolve a legitimação, legalização e banalização da transferência de custos e riscos ao trabalhador (Abílio, 2020, p. 112).

Na contemporaneidade, então, as dinâmicas impostas pela neogestão culminam na precarização das condições de trabalho e exploração dos agentes econômicos em primeiro grau (aqueles que realizam o serviço), de forma que os donos das empresas estejam afastados de responsabilidades em casos de comprometimento dos instrumentos para sua atividade,

acidentes e problemas de saúde. Enquanto isso, do lado dos trabalhadores, a valoração positiva do discurso empreendedor evidencia a transformação das subjetividades, através da afirmação de auto responsabilidade, meritocracia e uma suposta independência de figuras autoritárias centradas na figura do patrão.

Ocorre um efeito de autoridade pessoal nas práticas do trabalhador, através da diluição das relações trabalhistas em um plano eminentemente simbólico, já que quem realiza o serviço (motorista, revendedor/a, entregador/a etc.) continua, na prática, subordinado a empresa, faz parte de uma cadeia de produção e serviço. O isolamento deste agente econômico, em relação aos envolvimento interpessoais no trabalho, ocorre através do controle gerencial dos meios tecnológicos que administram oferta, procura, tempo, recompensa e pagamento.

Ainda sobre as considerações de Abílio (2020), a tendência de uberização do trabalho pode ser compreendida sob quatro elementos: a) transformação do trabalhador em trabalhador autônomo, permanentemente disponível ao trabalho e sem garantia sob remuneração e tempo de trabalho; b) as empresas atuam como mediadoras que promovem e organizam oferta e procura de diferentes serviços e produtos, elas detém os meios tecnológicos e operam as novas formas de controle do trabalho; c) operação da subordinação através da indeterminação racionalizada do número de trabalhadores e suas particularidades, transferência do contingente de trabalhadores predefinidos para uma multidão de trabalhadores disponíveis; d) deslizamento da identidade profissional para a de trabalho amador (Abílio, 2020).

Advinda das tendências da terceirização, a uberização se encontra nas novas formas de trabalho que substituíram o trabalho da era taylorista e fordista

O trabalho relativamente contratado e regulamentado, herdeiro da era taylorista e fordista, que foi dominante no século XX – resultado de uma secular luta operária por direitos sociais – está sendo substituído pelas diversas formas de “empreendedorismo”, “cooperativismo”, “trabalho voluntário”, “trabalho atípico”, “intermitente”, formas que acentuam a superexploração do trabalho, configurando o que denominei como tendência crescente à precarização estrutural da força de trabalho em escala global. (Antunes, 2019, p. 9).

A realidade contemporânea, não só no Brasil, se encontra sob as condições de superexploração do trabalho possíveis devido a intensificação dos novos valores no seio social e expansão da lógica do empreendimento para um plano particular do trabalhador que pelo esforço poderia, de forma ilusória, ascender socialmente.

Mangini e Miotto (2009) afirmam que a nova gestão está acorrentada ao modelo toyotista no qual estes trabalhadores são estimulados a aumentarem sua produtividade, pela

participação individual ou em equipes (no último caso em ambiente corporativo). Em acréscimo, dizem que o domínio não ocorre apenas sobre seu corpo mas também pela subjetividade (gostos, preferências, emoções etc), de forma que este agente se identifique como parte da empresa, como um “colaborador”.

O referido termo é muito utilizado na contemporaneidade pelas empresas, evidenciando a tentativa de apagamento entre as dinâmicas de expropriação do trabalhador pela organização hierárquica de cargos e posições de poder nestes espaços. Na uberização, os colaboradores são representados pelo figura do “precariado” como caracterizado por Standing (2013). Destacamos uma de suas características:

Além da falta de garantia no emprego e da renda social insegura, aqueles que fazem parte do precariado carecem de uma identidade baseada no trabalho. Quando estão empregados, ocupam empregos desprovidos de carreira e sem tradições de memória social, ou seja, não sentem que pertencem a uma comunidade ocupacional imersa em práticas estáveis, códigos de ética e normas de comportamento, reciprocidade e fraternidade (Standing, 2013, p. 31).

Na procura de reproduzir uma nova classe de indivíduos adaptados ao just in time³², meritocráticos e competitivos, ocorre o apagamento de identidade profissional do trabalhador que responde por necessidades específicas da empresa. Neste cenário que o desmonte das políticas de proteção ao trabalho foram defendidos por representantes políticos no Brasil ao votarem na reforma trabalhista de 2017, sob uma justificativa de liberdade e protagonismo ao trabalhador individualizado.

Em outra dimensão, a compreensão desta nova forma de trabalho pode ser alocada pela denominada economia de plataforma, dividida em quatro grupos: a) plataforma de mercado digital (microtrabalho digital, remuneração por pequenas atividades online); b) plataforma de organização de trabalho presencial (empresas-plataformas que organizam trabalho local); c) plataforma de trabalho digital não remunerado (tarefas nas mídias sociais); plataformas classificadas digitais (organizam intermediação entre pessoas como locador e locatário, por exemplo). (Moraes; Oliveira; Accorsi, 2019, p. 654).

Nesta mesma pesquisa, os autores propuseram um questionário que foi respondido por 100 trabalhadores das empresas-plataforma que organizam trabalho local (nesse caso os motoristas), com a Uber Technologies, 99Pop e Cabify. A amostra identificou que os motoristas são predominantemente homens (88%), com idade entre 26 e 45 anos (69%), com escolaridade entre ensino médio e ensino superior completo (90%), com pouco tempo de

³² “A condição do trabalhador *just-in-time* é estar disponível para ser imediatamente utilizado, mas ser remunerado unicamente pelo que produz.” (Abílio, 2020).

trabalho com aplicativo (89% até 2 anos), com receita semanal inferior a R\$ 2.000,00 (90%), os autores indicam que “O perfil médio permite entender que dirigir para o aplicativo não se trata de uma atividade complementar de renda para a maioria dos respondentes” (Moraes; Oliveria; Accorsi, 2019, p. 667).

Por fim, concluíram que os motoristas procuram por emprego com carteira assinada, embora reconheçam que trabalhar com os aplicativos ofereça liberdade, as empresas aparecem como uma oportunidade de emprego ao passarem por um período conturbado de desemprego.

O fenômeno nomeado através da empresa Uber se relaciona as novas formas de trabalho suportadas por fatores tecnológicos, de forma que os meio digitais tornam-se instrumentos de expropriação do trabalho e isolamento do trabalhador, transferindo riscos ao grande público de trabalhadores disponíveis (e que ficaram de fora do mercado) em vez das empresas terceirizadas que antes tinham esse papel. O olhar para esta relação gerou ainda outros termos difundidos no mundo acadêmico como Gig-economy, sharing economy, crowdwork, work on demand³³ que geralmente correspondem ao mesmo fenômeno.

As contradições que surgem a partir do suposto princípio de liberdade do trabalhador, pregado pelas empresas detentoras dos meios tecnológicos, são apontadas por Antunes e Filgueiras (2020) ao investigar os termos de uso, processos judiciais, entrevistas, etc das plataformas e aplicativos. Os autores apontam que as empresas determinam quem pode ou não trabalhar, qual serviço será feito, qual trabalhador fará o serviço, como as atividades serão efetuadas nos mínimos detalhes, o prazo para execução, os valores a serem recebidos (de forma unilateral) e como os trabalhadores devem se comunicar com suas gerências. Estas empresas pressionam estes agentes para serem assíduos nas atividades, para ficarem mais tempo disponíveis ao serviço, para serem um modelo de trabalhador (ao ameaçar com bloqueios).

Em relação as estratégias publicitárias, as empresas que atuam sob a Economia de plataforma se mantêm constantemente atentas as inclinações morais dos seus clientes em potencial, se adequando ao seu comportamento como consumidores, cidadãos e trabalhadores. Estas corporações reivindicam a confiança do público em geral “para levar adiante funções exercidas por governos, garantindo uma experiência de consumo segura, assegurando que o trabalho seja justo e digno e moldando as cidades para que sejam mais habitáveis e sustentáveis” (Slee, 2017, p. 21, grifo nosso). A indicação do economista aponta para

³³ Utilizaremos estes outros termos quando necessário, de acordo com a bibliografia consultada para tratar do assunto, nos adequando aos apontamos dos autores utilizados na redação.

adequação dos empresários bilionários que encabeçam a agenda da sharing economy, em uma dimensão de progresso (político, social e econômico) para as classes – por um lado fazem viver o espírito empreendedor individual e competitivo típico do neoliberalismo, de outro se promovem como alternativa para uma sociedade mais justa e igualitária (demandas coletivas).

A preocupação das empresas com a questão social está alocada nas concepções sobre o social-liberalismo, entendido por Antunes (2020) como uma variante do neoliberalismo que possui sua experiência mais expressiva no contexto político inglês quando, em 1997, o partido trabalhista (Labour Party) renomeado como New Labour (NL) voltou ao poder marcando o fim da era Thatcher. Neste novo contexto, o passado reformista-trabalhista do partido havia sido abandonado através de um processo de “modernização” apoiado pelos estratos burgueses, já que o conservadorismo das últimas décadas transformara o sindicalismo em principal inimigo do desenvolvimento urbano.

Na busca por um outro caminho entre a socialdemocracia clássica e o neoliberalismo de Thatcher, o Labour Party foi convertido em NL, afastando-se dos sindicatos e apostando na defesa da economia de mercado. Desta forma, a flexibilização e precarização do mercado de trabalho e privatizações, por exemplo, deveriam ser balanceadas com estabelecimento do salário mínimo, assinatura da Carta social da União Europeia – na prática, o período é entendido como uma extensão das políticas da era Thatcher com verniz social-liberal (Antunes, 2020).

O social-liberalismo pode ser entendido, então, como essa variante neoliberal que se pretende menos conservadora. Seus representantes devem se preocupar com a questão social e com o desenvolvimento econômico nacional em oposição à variante radical que defende abertamente a retirada do Estado de todas as áreas de bem-estar social. Tais variantes são possíveis por um plano eminentemente discursivo, pois na prática, sobre a questão dos direitos sociais em relação a flexibilização e precarização do mercado de trabalho, o “social-liberalismo é um neoliberalismo mais cínico, dotado de algumas mediações importantes, que constituirão todo seu aspecto nebuloso na tentativa de explicar o refluxo do Estado a esse respeito (Diniz; Graciolli, 2010, p.131).

Ao analisar a atual “crise política mundial”, suscitada pelo crescimento da extrema direita e de movimentos neofacistas ao redor do globo, Nancy Fraser (2018) revisa a construção ideológica do neoliberalismo progressista (hegemonia que antecedeu a referida crise) e aponta que ela pode ser entendida por dois aspectos: distribuição e reconhecimento. O distributivo diz respeito a estrutura econômica da sociedade, em como ela deve alocar bem

divisíveis, como a renda; o reconhecimento é focalizado no status da sociedade, relativo às suas hierarquias. Uma combinação diferenciada de pontos de vistas sobre tais aspectos manteve unido as correntes liberais de movimento sociais (ambientalismo, feminismo, LGBTQIA+, anti-racistas etc.) com grandes setores das economias domésticas (no caso dos Estados Unidos: Vale do Silício, Hollywood, Wall Street).

Os apontamentos da autora se direcionam para como os representantes políticos da doutrina utilizaram de um apelo não-econômico e emancipatório, para facilitar a adoção de medidas econômicas regressivas que beneficiariam os mais ricos do país. Esse apelo foi adotado em um contexto de revolução de direitos e o crescimento expressivo de novos movimentos sociais gerados com início na Nova Esquerda, criando então um centro dinâmico do bloco hegemônico que reconhecia superficialmente igualdade e emancipação de grupos minoritários: equiparou-se meritocracia à igualdade (“todos podem vencer”).

O programa neoliberal progressista para atingir uma ordem de status justa não visava a abolir a hierarquia social, mas “diversificá-la”, “empoderando” mulheres “talentosas”, pessoas de cor e minorias sexuais para que chegassem ao topo. E esse ideal era inerentemente *específico a cada classe*: voltado para garantir que indivíduos “merecedores” de “grupos sub-representados” poderiam atingir posições de prestígio e poder aquisitivo igual aos dos homens brancos heterossexuais de sua própria classe (Fraser, 2018, p.47, grito da autora).

As ideias de empoderamento e igualdade, nestes termos, são inerentes a possibilidade de ascensão de classe por meio do esforço e do trabalho no âmbito empresarial, nesse plano se reconhece e se protege a identidade do sujeito-empresa sem alterar a moldura do Estado. Em outras palavras, deve-se agir sobre suas subjetividades sem alterar as bases que determinam a necessidade de sua emancipação.

Por esse caminho, retomamos o ponto de Dardot e Laval (2016) sobre como o trabalhador, no contexto de neogestão, passa a alimentar as condições que o oprimem apoiados na naturalização de competição e de riscos (de desemprego, de falta de moradia, de condições materiais para sobrevivência) e Abílio (2020) sobre como custos e riscos passam a ser de responsabilidade total do realizador de serviços em sua atividade mediada pelos meios tecnológicos de empresas – são fenômenos do neoliberalismo contemporâneo que vem abrindo portas para uma nova fase ultraconservadora representada pela ascensão da movimentos neofascistas ao redor do mundo dos últimos anos apontados por Brown (2019) e Fraser (2018).

Nesse contexto, a atual liberdade autoritária antidemocrática, assim como antissocial, está relacionada ao ataque da razão neoliberal tanto ao social, quanto ao político, ao Estado despolitizado e antirregulatório, à

desdemocratização da cultura política, à imaginação da nação como uma posse, assim como à cultura política autoritária, às paixões políticas não apenas antidemocráticas, mas também antissociais e destrutivas, às massas raivosas, às energias nihilistas, entre outros elementos, que formam um sujeito reacionário, isto é, uma criatura ofendida e reativa, que se alimenta de rancor e vingança. (Brown, 2021, p. 23)

A atualidade é palco dessas forças que cumprem seu papel em um futuro prospectado pelos princípios da doutrina, voltado ao fim da democracia que é tida como um risco aos direitos de liberdade individual daqueles que concentram as riquezas. A transformação de subjetividades tem seu papel nesta realidade, evidenciada pela naturalização cada vez maior dos discursos de ódio, proferidos inclusive por alguns participantes de grupos que ao mesmo tempo são os alvos de entidades extremistas (seio de nascimento destes ditos). Estas e outras contradições estão inerentes aos princípios neoliberais, já que a dimensão do grupo é destituída em vista da individualização em todas as áreas da vida, de forma que o sujeito já não diferencia seus iguais de seus diferentes.

Por fim, a guinada ideológica do neoliberalismo também ocorre através da educação que como disserta Marrach(1996) atribui um papel estratégico à educação e lhe determina três objetivos: I) atrelar a educação escolar à preparação para o trabalho e a pesquisa acadêmica ao imperativo do mercado ou às necessidade da livre iniciativa, de forma que ocorre uma profissionalização em uma formação geral que conta tanto com o enaltecimento da linguagem de informática, matemática e ciência, quando valorização de técnicas de organização, raciocínio estratégico e capacidade de trabalho cooperativo; II) Escola e universidade como meio de transmissão de seus princípios doutrinários, veículos de transmissão do credo neoliberal; III) Escola como mercado para produtos da indústria cultural e da informática, através da utilização subsídios estatais por parte dos neoliberais para divulgar produtos didáticos e paradidáticos nesses ambientes³⁴.

Para além de uma educação que valoriza a utilização das tecnologias e outros aspectos que envolvem o trabalho, a educação aparece como instrumento de uma luta ideológica pelos teóricos do neoliberalismo, em um primeiro momento de cima para baixo. Isto é, como as massas não pensam, como dizia Von Mises, caberia aos intelectuais que glorificam o capitalismo empreendedor travar essa luta contra o progressismo e as reformas sociais entendidas como uma das causas do totalitarismo (Dardot e Laval, 2016).

³⁴ O último item aponta novamente para as contradições do Estado neoliberal na prática, pois ocorre intervenção em instituições estatais através do financiamento de produtos representativos da doutrina para a escola com recursos públicos.

Se o mercado é um processo de aprendizado, se o fato de aprender é um fator fundamental do processo subjetivo de mercado, o trabalho de educação realizado por economistas pode e deve contribuir para a aceleração dessa autoformação do sujeito. A cultura de empresa e o espírito de empreendimento podem ser aprendidos desde a escola, do mesmo modo que as vantagens do capitalismo sobre qualquer outra organização econômica. O combate ideológico é parte integrante do bom funcionamento da máquina. (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 150-151)

Assim, em quesito de formação dos sujeitos para empreendimentos e protagonismo em um cenário competitivo, as instituições do Estado têm papel de contribuição na autoformação de seus indivíduos-empresa e habilidade econômicas e gerenciais são vistas como objetivo desse conhecimento a ser desenvolvido nas escolas, universidades, institutos de educação etc.

A educação, sobretudo na escola, assume papel de formação humana com competências e habilidade exigidas pelo capital pela reprodução bancária de conhecimentos, tornando os sujeitos uma “mercadoria viável, com capacidade de concorrência em um mercado disputado e competitivo, em que sua utilidade é medida por meio de formação escolar e acadêmica” (Feitosa; Santos; Silva, 2022, p. 213). De forma mais ampla, elementos da cultura empresarial estruturam em parte os espaços formativos representados por instituições do Estado, reproduzindo cidadãos aptos a um estilo de vida neoliberal.

O recente debate no Brasil acerca da reforma do ensino médio³⁵ ascendeu a discussão social em volta dos valores neoliberais, já que seus defensores alegavam, dentre outros aspectos, uma nova diretriz na escola devido as mudanças no campo do trabalho e as transformações socioeconômicas geradas nessa nova fase do capitalismo (Ferreti, 2018).

Um de seus eixos centrais se refere a possibilidade de parcerias com o setor privado, pela transferência de recursos da educação pública para esse setor, fora a oferta de educação à distância e possibilidade de contratação de docentes que comprovem notório saber, implicando um processo de flexibilização da educação que atende aos interesses do sistema de ensino e do mercado de trabalho. (Leão, 2018)

Com isso, a reforma alinha-se aos postulados da Teoria do Capital Humano, bem como do individualismo meritocrático e competitivo que deriva tanto dela quanto da concepção capitalista neoliberal. Daí a especialização precoce por áreas de conhecimento tendo em vista, também, sua continuidade no Ensino Superior, bem como a eliminação, como obrigatórias, das disciplinas Sociologia e Filosofia, que assumem papel mais questionador que adaptador.

³⁵ A reforma do EM foi instituída através da lei A Lei nº 13.415/2017 que “alterou a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional e estabeleceu uma mudança na estrutura do ensino médio, ampliando o tempo mínimo do estudante na escola de 800 horas para 1.000 horas anuais (até 2022) e definindo uma nova organização curricular, mais flexível, que contemple uma Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e a oferta de diferentes possibilidades de escolhas aos estudantes, os itinerários formativos, com foco nas áreas de conhecimento e na formação técnica e profissional” (Ministério da educação, 2024).

Cai por terra, nesse sentido, a proposta vigente até o momento, e mais igualitária, de oferta do mesmo currículo para todos os jovens em idade de frequentar o Ensino Médio, com o que se corre o risco de aumentar as desigualdades sociais já existentes (Ferreti, 2018, p. 33).

Dessa forma, a flexibilização do EM visa acompanhar as políticas de precarização do trabalho, voltadas ao discurso de produtividade, competitividade e mérito engendrados com frequência na agenda social e política dos agentes neoliberais. Essa reforma evidencia, no Brasil, a valorização positiva da cultura empresarial no cotidiano coletivo através de leis, reformas e documentos normativos que balizam as instituições públicas.

Os esforços de grupos empresariais na educação indicam uma realidade cada vez mais consistente de convergência entre o ensino público e iniciativa privada. A Fundação Lemann (FL), instituição privada vinculada ao Grupo Lemann (GL) cuja liderança é o empresário Jorge Paulo Lemann³⁶, é um grande exemplo de organização que faz intervenções educacionais em escolas de educação pública.

O manifesto disponível no site oficial da FL, escrito em uma estrutura de versos longos, inicia falando sobre o preparo de jovens para o futuro. Destacamos suas últimas linhas que tratam sobre liderança e desenvolvimento social:

Dá para fazer mais com mais gente. Estamos formando milhares de lideranças, investindo em quem mudar o mundo e despertando o sonho de que a mudança é possível. Acelerando potenciais. Quanto mais gente pronta para pensar as transformações necessárias ao Brasil, mais incentivo para que ela ocorra na prática. É tempo de sonhar para frente: seguimos acreditando no Brasil e valorizando a potência de sua gente para que a próxima década não repita as desigualdades históricas de acesso a oportunidades transformadoras. Vamos juntos, Brasil. A solução está na gente. (Fundação Lemann, 2023)

Sob uma roupagem progressista típica do social-liberalismo, a fundação declara fazer investimentos para um futuro de valorização dos sujeitos de classes mais baixas, garantindo um futuro de sucesso aos jovens talentosos que não possuem oportunidades de ascensão social devido à falta de valorização promovida por meios públicos, apresentando a iniciativa privada como chave de resolução da problemática³⁷

³⁶ O site Suno (2024) expõe que “Jorge Paulo Lemann é o dono da maior cervejaria do mundo, Ab InBev, e sócio do 3G Capital, controlador de redes como Burger King, Tim Hortons e Kraft-Heinz. E, em conjunto com seus sócios de longa data, Marcel Telles e Beto Sicupira, é conhecido por balançar o mercado internacional com ações firmes e de sucesso”. O empresário foi por anos o homem mais rico do Brasil e recentemente esteve em destaque na mídia devido a falência da Americanas em 2023, empresa sua e de seus sócios desde 1983 (g1, 2023)

³⁷ Em 2019, o portal de notícias UOL fez uma matéria intitulada ““Bancada Lemann”: os políticos apoiados pelo 2º homem mais rico do Brasil...”. Nela, indica-se de que em 2016 foi promovido o encontro anual de uma rede de lideranças mobilizada pela FL. Dentre seus 300 participantes, hoje 5 ocupam cadeiras na Câmara ou assembleias legislativas nos estados, jovens que tiveram suas campanhas financiadas por grandes empresários e doações advindas de financiamento coletivo: Felipe Rigoni (PSB-ES), Tabata Amaral (PDT-SP), Daniel José (Novo-SP),

A análise de Oliveira (2019) aponta que outro aspecto nas estratégias do GL está ligado com um projeto globalizado de sociabilidade obrigatoriamente flexível, descentralizada, apoiada da ideia de participação formal e superficial dos indivíduos capazes de representarem uma lógica de defesa das políticas voltadas às necessidades do mercado de trabalho, legitimadoras do universo empresarial financeiro. Estas forças da globalização são representadas também pelo Banco Mundial que funciona como um instrumento de apoio as novas estratégias de dominação burguesa e os Think Tanks neoliberais que são frentes ideológicas criadas a começar de 1970 pelos economistas neoliberais nos EUA e na Inglaterra.

Evidencia-se que há um projeto neoliberal ainda em curso, com disputas entre seus representantes que em parte defendem uma vertente aparentemente mais progressista ou mais mais conservadora. Entretanto, o ponto de convergência se guia constantemente ao aspecto da atuação no mercado de trabalho, com discursos de valorização tecnológica e científica como instrumento de habilitação e capacitação do trabalhador competitivo.

Os espaços educativos, formativos e profissionais do Estado são constantemente disputados por grupos que empreendem projetos privados sob a pretensa preocupação com o desenvolvimento social brasileiro. As reformas trabalhista, da previdência e do ensino médio aparecem como projeções de uma agenda de flexibilização e precarização do trabalho, sob a égide da cultura empresarial defensora do protagonismo e meritocracia como meio de ascensão social, de “vitória” no jogo econômico.

3. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PROPAGANDA E ORIENTAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA ANÁLISE.

Neste capítulo, pretendemos explorar o contexto social e histórico que envolve o episódio “O futuro da saúde”, bem como demarcar o território teórico que dá embasamento ao nosso olhar pra essa materialidade enquanto um conteúdo propagandista que simula o gênero entrevista com especialistas, pretensamente educativo. Esse objeto complexo não configura uma propaganda convencional, mais curta e objetiva, apresentando-se como um programa que busca contribuir para o desenvolvimento social brasileiro.

Inicialmente, traçamos uma discussão sobre propagandas envolvendo peças publicitárias de bancos e a constituição da marca Banco do Brasil, com intuito de localizarmos não só os traços que fazem do conteúdo um enunciado único mas compreender igualdades com outros produtos da mesma esfera bancária. Buscamos por uma reconstrução histórica do banco desde 1990 (década que marca a entrada do neoliberalismo no Brasil) que nos permita entrever suas projeções econômicas e sociais para o país.

Em relação direta ao programa “O futuro do trampo”, pesquisamos sobre os outros conteúdos publicados em diversas mídias digitais que convocavam o público para assisti-lo no Youtube, nossa expectativa é que estes conteúdos possam indicar parte do projeto enunciativo da empresa, o público-alvo ao qual se direciona e o teor propagandista que a acompanha. Outro passo é fazer uma breve descrição do episódio “O futuro da saúde”, sua divisão em seções temáticas e sua estrutura composicional, bem como uma investigação de seus participantes Davi Braga (entrevistador), Monalisa Nunes e Déborah Lazzarini (entrevistadas) que têm certa relevância na Internet e parte de seu trabalho ocorre através de suas plataformas. Por fim, estabeleceremos os princípios teórico-metodológicos da análise com base nas concepções do Círculo de Bakhtin sobre a linguagem, mobilizando conceitos como enunciado, signos ideológicos, bivocalidade e as orientações possíveis ao discurso alheio etc. Nesta subseção, procuramos ainda definir os critérios de análise que regem o olhar sobre o objeto conforme o recorte proposto por nós, nosso entendimento dos enunciados verbo-visuais, Softwares a serem utilizados para identificação de trilha sonora e cores no vídeo, os possíveis agentes do discurso neoliberal e a importância da cultura empresarial nesse contexto.

O presente capítulo busca demonstrar os meios pelos quais buscamos nosso principal

objetivo que é analisar a criação de sentidos no vídeo “O futuro da saúde” partindo da instauração do discurso bivocal nesse contexto. Além dos objetivos específicos gerados com base no destino divisado: a) Assimilar a construção enunciativa do vídeo “O futuro da saúde”, considerando seu caráter educativo e propagandista; b) Compreender como vozes sociais e neoliberais se relacionam e criam sentidos na instauração do discurso bivocal pelos locutores-personagens nesse contexto; c) Observar a constituição de signos ideológicos verbais e visuais no enunciado escolhido e como refletem e refratam valores dos interlocutores sobre o mundo, a vida e a si mesmos; d) Entrever as posições axiológicas dos locutores-personagens presentes no vídeo levando em conta as dimensões subjetivas balizadas pela ideologia neoliberal; e) Divisar os limites entre as palavras dos locutores-personagens e palavras alheias no episódio “o futuro da saúde” e como se orientam para elas na criação de sentidos sobre trabalho, liberdade e identidade, quando possível.

3.1 PROPAGANDAS, BANCOS E A MARCA BANCO DO BRASIL.

No livro “uma história da publicidade”, os professores Otacílio Monteiro Vaz e Matias Peruyera (2020) indicam que a publicidade é uma área da comunicação que não pode ser definida de forma única e universal, mas em sua visão corresponde às maneiras de propagar ideias (políticas, religiosas, comerciais) na sociedade. Enquanto isso, no mundo do consumo, a partir da revolução industrial, as disseminação de ideias ocorreria através da prospecção de desejos e afetos nas pessoas. Ainda que a obra tenha a finalidade de expor um panorama da evolução das propagandas entre os séculos XIX e XXI, ao invés de se concentrar em defini-la enquanto gênero, sua definição é válida para nossa proposta de análise na medida em que evidencia o papel da linguagem na vida social ativa dos sujeitos que produzem e consomem peças publicitárias ao longo da história.

Outro ponto de vista é expresso por Charaudeau (2011) que define um discurso propagandista instaurado em diferentes campos da criação ideológica como o político, promocional e publicitário. Para isso, ele parte de alguns princípios teóricos básicos como a impossibilidade de haver relações sociais que não sejam marcadas por relações de influência encenadas pela troca alteritária (não há “eu” sem “tu”), a diferença identitária entre estes agentes únicos representaria uma ameaça que ambos reconhecem e por isso desenvolvem estratégias comunicativas de resolução deste problema primordial. Em consequência, os atos de linguagem são socialmente concebidos em situações de comunicação normatizada e de

expectativa de troca e contrato, definindo a posição de legitimidade e credibilidade buscada pelo locutor ao lançar mão de estratégias capazes de captar o interlocutor:

1) o modo de estabelecimento de contato com o outro e o modo de relação que se instaura entre eles; 2) a construção da imagem do sujeito falante (seu *ethos*); 3) a maneira de tocar o afeto do outro para seduzi-lo ou persuadi-lo (o *pathos*) e 4) os modos de organização do discurso que permitem descrever o mundo e explicá-lo segundo os princípios da veracidade (o *logos*). (Charaudeau, 2010, p. 59).

Ou seja, as relações de influência que definem um discurso propagandista estão interligadas, em parte, às próprias condições externas de produção enunciativa e, por consequência, às condições socioeconômicas e posições de poder. Enquanto isso, na sua composição é necessário “criar imagens” de legitimidade, posicionar-se em relação ao outro a quem se quer persuadir e convencê-lo a corroborar com seu direcionamento de sentido pela criação de valores (concordância sobre o que é certo ou errado, bonito ou feio, moral ou amoral, bom ou ruim...).

De forma mais ampla, Charaudeau define o discurso propagandista então como um discurso de incitação a fazer concretizado em diferentes gêneros a depender do tipo de legitimidade do “eu” para com o “tu”, a natureza do objeto de fala que busca fazer crer e dever crer e o lugar do sujeito influenciado. Diferente deste, o discurso publicitário funciona pela inter-relação entre 3 instâncias: publicitária, concorrência e público. A primeira tira sua legitimidade da posição que ocupa em uma economia de mercado e se apresenta como benfeitora pois indica ao interlocutor como realizar seu sonho; o terceiro possui papel duplo de comprador em potencial (é levado a crer que sente falta de algo) e consumidor efetivo (levado a apreciar a peça publicitária, tornando-se conivente com a primeira instância), ambos estão sujeitos a “comprar” um produto ou ideia (Charaudeau, 2010).

Na nossa visão, aquele que busca convencer é primordialmente um locutor que constrói uma ponte com seu diferente na e pela linguagem, ao constituir enunciado em vista do ouvinte que faz uma compreensão responsiva e replica tais ditos em novos contextos de comunicação. Na vida cotidiana, os cidadãos consomem constantemente estes conteúdos publicitários em diferentes suportes ou estão sujeitos ao discurso propagandista integrado aos outros gêneros, configurando um fazer repercutir.

A internet potencializa essa intensa circulação de valores, sendo ela um espaço onde outras inúmeras atividades podem ser realizadas. Na contemporaneidade, o dia-a-dia social é permeado pela navegação nas redes, desta forma, tal advento modificou muitas das relações sociais. O rápido desenvolvimento da internet, de seus serviços e de suas aplicações

ampliaram a dimensão das relações e das práticas sociais, permitindo o estabelecimento de vínculos entre pessoas e entre organizações, que passaram a se conectar virtualmente por meio das redes. Ela potencializou a comunicação humana a níveis jamais imaginados. (Barbosa et al., 2010, p.51, grifo meu).

As maneiras de se produzir e divulgar propagandas na internet vêm sendo modificadas desde os anos noventa, inicialmente de forma simples através de banners e pop-ups, como forma de interromper o fluxo de navegação. (Santaella; Mendonça, 2014). Nesta época, já era comum a inserção de peças publicitárias nos períodos de intervalo da programação da televisão e rádio, então inicialmente as empresas “copiavam” a ideia para o meio digital.

Hoje a ciberpublicidade está muito além do formato inicial, algumas novas concepções foram adotadas para se pensar estrategicamente em novos meios de fazer propaganda, principalmente porque “as empresas utilizam as redes para melhorar o relacionamento com os clientes. Aumentar o contato com o consumidor é uma forma de satisfazê-lo.” (Santaella; Mendonça, 2014, p. 21). Tal perspectiva além de preparar o terreno para a publicação de propagandas que se relacionem diretamente com a vida de seus clientes em potencial, também é a forma de criar uma ilusão de proximidade entre empresa/consumidor.

A internet estreita distâncias e modifica relações. Nesse contexto, é válido focalizar estas estratégias publicitárias como meio de “convencimento” do locutor (publicante da propaganda) para o interlocutor (consumidor em potencial deste produto ou serviço). Conforme Carrascoza (2020), a narrativa publicitária é um destes meios, na qual a publicidade se define pela construção de mundos inusitados e admiráveis, um universo ficcional próprio de uma marca como meio de captar clientes.

Por sua vez, Charaudeau (2010) aborda estratégias de persuasão que compreendem as chamadas “Narrativas dramáticas” (equivalente a “narrativa publicitária” para Carrascoza), “Discursos de promessa” e “Discurso de provocação do afeto”. Os discursos de promessa seriam aqueles que fazem “parte de uma ordem moral (fazer ou não fazer) ou de um sonho (pode fazer), sem no entanto, se apresentar de maneira prescritiva - não se deve dar a impressão de ser autoritário [...] de forma a suscitar a esperança por “dias melhores” (Charaudeau, 2010, Pg. 68). Por fim, como estratégia de persuasão, temos os Discursos de provocação do afeto que têm intuito de usar da emoção para provocar alegria e simpatia ou, ao contrário, medo.

Desta forma, entendemos que diferentes estratégias publicitárias são modificadas e aplicadas em contextos específicos a depender de seu público-alvo facilmente identificado

pelo estreitamento das relações entre empresas e consumidores. Em outras palavras, por exemplo, em uma rede social a depender das tendências seguidas pelo usuário, um tipo ou outro de propaganda aparecerá para ele: um usuário que segue perfis referentes à vida fitness possuem uma maior tendência de se depararem com propagandas de emagrecimento e exercícios para desenvolvimento muscular (seja por uma propaganda com narrativa dramática ou discurso de promessa); de suplementos alimentares, academia próximas etc.

Sobre o papel dos algoritmos, Santos (2022, p.3) relata o caso da rede social Facebook e seu papel em uma disputa política através de uma bem-sucedida fórmula de publicidade através de dados: Esta empresa, de posse de bilhões de dados de usuários, promoveu algoritmos capazes de direcionar propagandas de forma tão específica que o eleitor se motivava a votar em um ou outro candidato na corrida eleitoral. Uma parte dessa propaganda era feita em forma de comerciais, outra parte era promovida pelo direcionamento de postagens de outros indivíduos, ou seja, o algoritmo fazia com que postagens de pessoas comuns fossem direcionadas à outras pessoas comuns, criando uma bolha de informações direcionada, de forma que o eleitor não conseguia ver o panorama mais amplo.

Focalizando outra rede, sob a mesma ótica dos algoritmos, o Youtube (mídia social de vídeos) possui hoje a ferramenta “Youtube Ads” que se configura em um serviço de mídia paga que dá às empresas a oportunidade de fazer publicidade na plataforma, inserindo anúncios nos vídeos aos quais o usuário assiste. Por meio de ferramentas de segmentação, você pode fazer sua marca alcançar pessoas que têm o potencial de se tornar clientes (Rockcontent, 2020). Assim, essa mídia social imita os intervalos de programação da televisão, mas consegue direcionar essas propagandas para um público-alvo a depender do tipo de vídeo que este procura e assiste, podendo ocasionalmente testar propagandas para um outro público em potencial.

As propagandas de grandes instituições, por sua vez, são denominadas por Pinho (1990, p.23) como propagandas de relações públicas, aquelas que buscam contribuir positivamente para a imagem da empresa em relação à sociedade, de forma a “preencher as necessidades legítimas da empresa, aquelas diferentes de vender um produto ou serviço”. Ou seja, há propagandas que não estão interligadas diretamente à lógica de consumo de produtos por meio de uma peça publicitária, mas com a criação de uma imagem positiva das instituições no imaginário social para posterior ato de oferta.

Em outro momento, o autor acrescenta que existe um processo de planejamento em relações públicas nas grandes empresas que seguem as determinadas etapas em sequência

lógica: diagnóstico (pesquisa), planejamento, orçamento, controle e avaliação (Pinho, 1990). Ou seja, há um coletivo de profissionais que são engajados na criação destas peças, que publicam produtos configurados em diversos gêneros em tipos verbais e visuais, para pôr em prática estratégias publicitárias e mobilização de um discurso propagandista. Devido estas considerações, ressaltamos que a teoria de Charaudeau encabeça nossa pesquisa, por oferecer pressupostos que indicam um tipo de discurso ao invés do gênero publicitário como um todo – sendo uma base positiva para entendimento destes conteúdos não tradicionais.

Nossas perspectivas sobre as propagandas de bancos são semelhantes ao estudo de Strehler (1997) ao analisar peças publicitárias em dois números da revista Istoé nº1360 e nº1361 de 1995. Nesse caso, o autor informa que os discursos dos bancos analisados por ele apresentam apenas uma faceta das várias que mantém em sua totalidade, entretanto possuem interesses econômicos como denominadores comuns.

Na atualidade, acreditamos que estas facetas continuam a se multiplicar, não só pela passagem natural do tempo, mas devido a lógica neoliberal de diversificação empresarial bem desenvolvida e integrada à vida cotidiana na sociedade atualmente. Por isso, procuramos fazer um esboço da identidade publicitária do BB.

A pesquisa com caráter exploratório de Gay (2007), através de questionários direcionados a clientes do BB, nos indica uma direção importante neste sentido. O autor concluiu que as propagandas do banco do Brasil estavam mais voltadas à criação de uma imagem de preocupação e desenvolvimento social, com vistas a um fazer lembrar³⁸ do que com a conquista de novos clientes que seria uma tarefa feita por outros meios. Acreditamos que as duas tarefas são feitas hoje pela internet, em suas diferentes páginas e sites. Queremos observar como a campanha “o futuro do trampo” publicada no Youtube se encontra nesta lógica e qual seria sua função enquanto produto produzido e publicado pelo referido banco.

A pesquisa de Formanski (et al, 2013, p.93) é uma pista pra entender estas dinâmicas de influência positiva da instituição através da internet (principalmente ao que os autores chamam de RSD: redes sociais digitais), através de entrevistas com trabalhadores do BB que atuam neste setor.

Nas RSD é possível fazer o monitoramento do que está acontecendo on-line. Ou seja, o cliente assiste ao lançamento de uma nova campanha do BB na televisão e imediatamente expõe sua opinião nas RSD. Seja ela negativa ou positiva, é a percepção do cliente naquele momento. E isso é muito importante para os direcionamentos estratégicos da instituição. Com o auxílio de algumas ferramentas é

³⁸ Chamamos atenção para utilização deste termo, pois dialoga com a teoria de Charaudeau relativa à incitação de um *fazer fazer*, isto é, incutir uma atitude ativa por parte daquele que é o ouvinte do discurso propagandista.

possível compilar o que foi falado sobre o BB durante 30 dias, por exemplo, com dados estatísticos, como o dia com maior pico de citações, por exemplo. O resultado é obtido por meio dos aplicativos de monitoramento e o custo é mínimo, se comparado com as formas tradicionais de pesquisa (COLABORADOR F).

Observa-se o que seria o início da organização das mídias sociais para captação de clientes ou criação de uma imagem positiva da empresa no imaginário social, pois o funcionário ainda cita a criação de publicidade para a televisão, reservando-se ao meio digital o monitoramento com vistas a repassar ao próximo setor aquilo que funciona e repercute no meio social.

Outro meio de integração ao público é o patrocínio. Na década de 1990 o BB adotou o marketing esportivo como estratégia de rejuvenescimento da empresa, por meio de organização de eventos e a formação da “torcida brasil” na qual os torcedores vestiam-se com as cores do banco. Estas iniciativas e o investimento do esporte trouxeram resultados positivos desde sua implementação (ROCHA, 2011). Percebemos a utilização desta associação entre BB e o esporte brasileiro até os dias atuais, em seguida inserimos a página inicial do canal Banco do Brasil no Youtube em janeiro de 2024³⁹, ano de olimpíadas.

Figura 1: início do canal Banco do Brasil no Youtube:



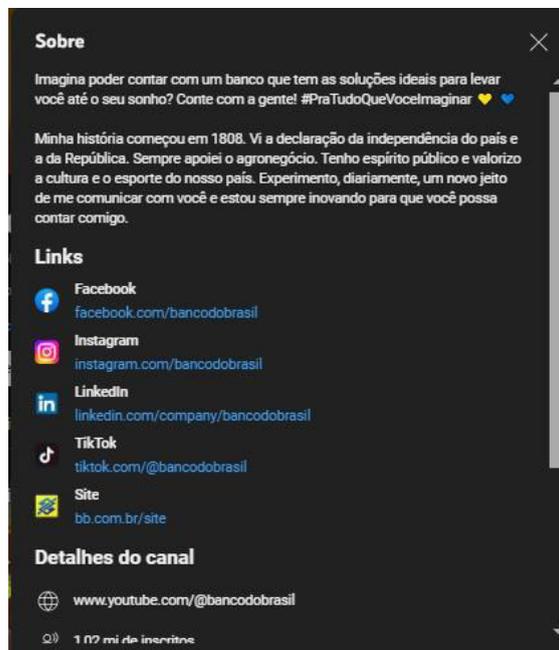
Fonte: Canal Banco do Brasil no Youtube

Nota-se a capa e o vídeo em destaque com jogadoras de Vôlei de praia. Além disso, há uma descrição verbal de algumas informações pertinentes do banco: o nome das redes sociais da marca @bancodobrasil, o número de inscritos no canal do Youtube (1,02 milhões), o número de vídeos disponíveis no canal (813). Por fim, uma apresentação no canal que quando

³⁹ Link: <https://www.youtube.com/bancodobrasil>

expandida abre uma subpágina “sobre”:

Figura 2: subseção “sobre” no canal Banco do Brasil no Youtube



Fonte: Canal Banco do Brasil no Youtube

Nesta aba há uma apresentação propagandista do banco que direciona uma pergunta retórica ao interlocutor, a empresa promete levar seus clientes ou possíveis clientes até seus sonhos, como um meio de oportunidade. Aqui há a utilização da hashtag “#PraTudoQueVocelImaginar, palavras-chave antecipada pelo asterisco cuja função é referenciar alguma temática debatida nas redes sociais, definir um slogan, ou também demarcação de determinadas campanhas por grupos que se divulgam online. Em seguida, temos uma apresentação da empresa através do recurso de personificação pela descrição de sua história em primeira pessoa, ocorre uma associação do banco ao passado histórico brasileiro.

Depois, diferentes tópicos centrais são citados, apontando as principais associações que a instituição procura fazer em relação ao público: Agronegócio (fazendo menção à histórica concessão de crédito do banco para o setor), a cultura (evocando o apoio aos produtos materiais e imateriais nacionais) e o esporte (apoio desde os anos 90 com intuito de rerepresentar a empresa ao público mais jovem na época). Por fim, uma série de links para as outras redes sociais da marca.

Em relação à cultura, no site do BB há uma seção cuja empresa apresenta suas

iniciativas do Centro Cultural Banco do Brasil, nas quais “o público tem acesso a manifestações artístico-culturais nacionais e internacionais que buscam refletir e instigar novos olhares sobre o mundo por meio de eventos nas diversas áreas e linguagens.” (Banco do Brasil, 2021).

Na criação de identidade da marca, mostra o documento código de ética (2022-2023) disponibilizado no site, a empresa se guia pelas seguintes diretrizes: Propósito: cuidar do que é valioso para as pessoas; Visão: Ser a empresa que proporciona a melhor experiência para a vida das pessoas e promove o desenvolvimento da sociedade de forma inovadora, eficiente e sustentável.”; e Valores: foco no cliente, inovação, ética, senso de dono (relativo à responsabilidade de empreender soluções e atuar com protagonismo), confiabilidade, eficiência e espírito público. (Banco do Brasil, 2022).

Em 2017, temos uma mudança por parte da Assessoria de Comunicação do BB que reflete na forma que a marca se comunica pelas redes sociais até os dias atuais. A publicação oficial, sob o título “Banco do Brasil tem cara nova nas redes sociais: As mudanças passam pela identidade visual, textual, audiovisual e até de tom de voz”, alega que o banco pretende mudar a percepção do público sobre a marca através de uma identidade mais jovial e dinâmica. Para isso, os conteúdos produzidos passaram a falar sobre assuntos referentes aos atributos e posicionamento da marca, em relação aos tópicos relacionamento, atendimento e negócios. (Banco do Brasil, 2017)

Destacamos ainda nesta postagem as palavras do então gerente executivo da Assessoria de Comunicação Beto Sabato:

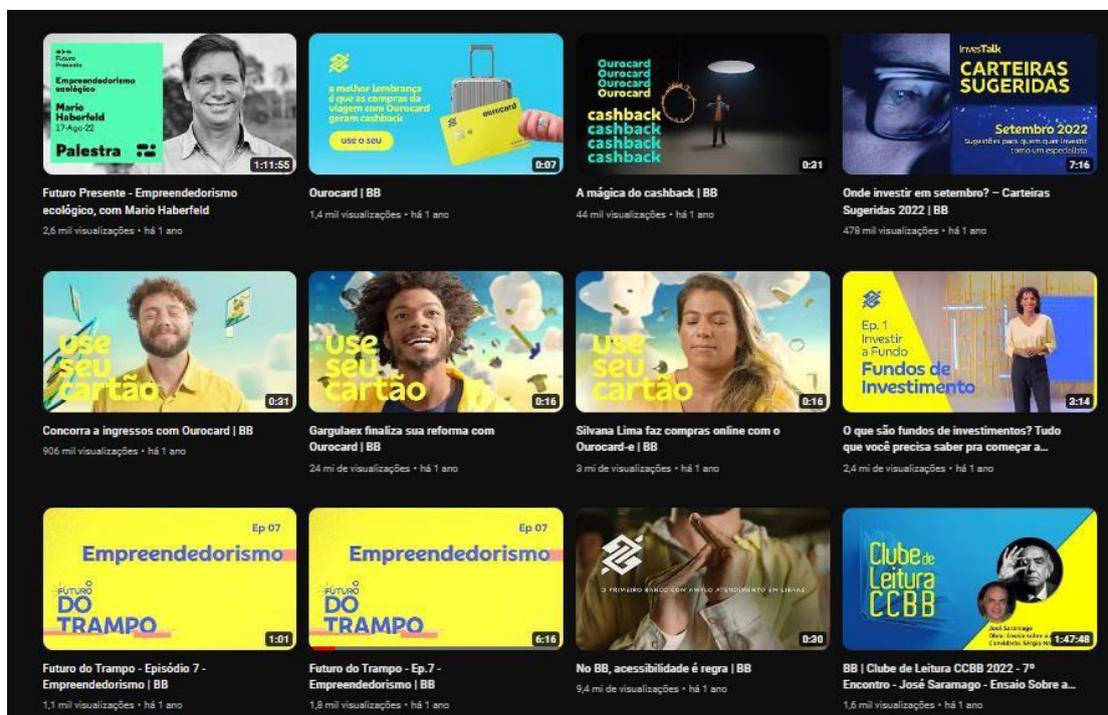
Com uma estratégia de presença permanente, conteúdos relevantes e abordagem adequada a cada perfil de público, a nova atuação do BB em redes sociais contribui para o posicionamento institucional, gera valor para a marca, apoia o relacionamento com o cliente e a realização de negócios” (Banco do Brasil, 2017)

O funcionário expressa o direcionamento de conteúdo em correspondência ao perfil de seus seguidores, de forma a se adaptar aos usuários das redes sociais que podem criar valor positivo ao assistir assuntos que lhe são relevantes retratados pela empresa. O BB passa a ser um produtor de conteúdos no meio digital, tratando de problemáticas sociais, gerando valores e posicionamentos através de publicações nas redes além das peças publicitárias e vídeos sobre o funcionamento de seus serviços e produtos.

No Youtube os conteúdos são variados, contando com comunicados oficiais, palestras, programas, vídeos para esclarecimento de dúvidas sobre o funcionamento de algum produto, anúncios, curiosidades etc. Para ilustrar esta variedade de temáticas, trazemos um print do

painel de vídeos publicados pela empresa na referida mídia social⁴⁰

Figura 3: painel de vídeos disponibilizados pelo BB no Youtube



Fonte: canal do BB no Youtube

Neste exemplo, temos a palestra sobre empreendedorismo ecológico, propaganda sobre o cartão Ourocard, notícias sobre investimento, anúncio de promoção, aula sobre fundo de investimento, chamada para o sétimo episódio da campanha “O futuro do trampo”, propaganda sobre a promoção de acessibilidade de pessoas surdas pela empresa e uma palestra sobre literatura. Este recorte evidencia a proposta de diversificação de conteúdo para as redes direcionadas a distintos públicos, das pessoas que fazem investimento àquelas que prezam por acessibilidade, ou ainda aquelas que estão prestes a entrarem no mercado e trabalho.

No ano anterior à publicação do primeiro episódio do programa “O futuro do trampo”, o canal do Youtube da empresa já havia produzido um conteúdo parecido em relação à distribuição de vídeos educativos distribuído em episódios, chamado “Deseconomês”. A campanha conta com 16 episódios curtos lançados entre agosto de 2019 e fevereiro de 2020, sua proposta é evidenciada da descrição do primeiro episódio

O Dicionário Deseconomês nasceu em formato de artigos, virou e-book e agora invade o YouTube pra mostrar que o mundo dos investimentos não

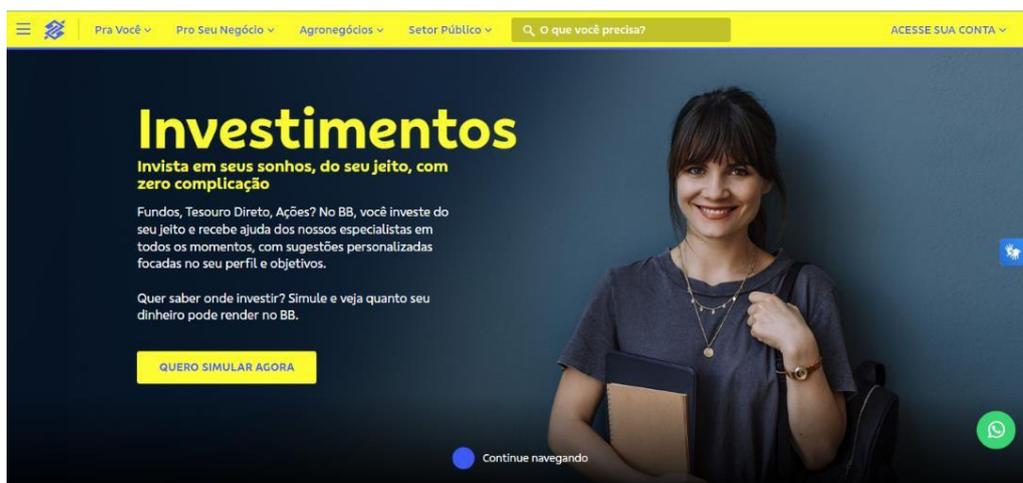
⁴⁰ Link: <https://www.youtube.com/@bancodobrasil/videos>

precisa ser difícil e chato. Nesse primeiro episódio, vou descomplicar o termo Reserva de Liquidez ou, no deseconomês, aquela grana pra emergências. [#InvesTalk](#) [#Deseconomês](#) (Banco do Brasil, 2019).

Os episódios, em ordem de publicação, têm os seguintes títulos: Grana para emergências, Grana pro futuro, Selic - A taxa básica de juros, O Mapa do Tesouro Direto, Diversificação de Investimentos, Renda Fixa vs. Renda Variável, Volatilidade ou Parque de Investimentos, MAM – Marcação a Mercado, Ibovespa e Cesta Básica, Ações, Rentabilidade Real, Fundos de Investimento, Come Cotas, Robô Advisor, Ofertas Públicas e Fundos Multimercado. Os conteúdos discutidos estão alinhados não só a temáticas recorrentes no mundo dos investimentos, como aos produtos e serviços disponibilizados pelo banco.

Em seguida mostramos o início da página Investimentos do site oficial do Banco do Brasil e as opções apresentadas aos clientes:

Figura 4: página investimentos no site do BB 1



Fonte: Site Banco do Brasil

Figura 5: página investimentos no site do BB 2



Fonte: Site Banco do Brasil

O início da página demonstra uma jovem branca sob um fundo azul, portando uma mochila e pastas. Ao seu lado, destacado em amarelo, ocorre uma chamada aos clientes: Invista em seus sonhos, do seu jeito, com zero complicações. Abaixo, em letras menores, em tom propagandista, o banco relata que permite uma personalização a cada tipo de investidor pelo serviço de especialistas aptos a atender aqueles que pretendem começar através do banco.

Ainda outros ícones aparecem na tela como o símbolo do aplicativo Whatsapp, símbolo de Libras para acréscimo de acessibilidade na página e um pequeno círculo em azul para descer aos outros conteúdos, tais quais as possibilidades de investimento

Evidencia-se a correspondência entre os vídeos disponibilizados no Youtube e à versatilidade dos investimentos oferecidos pela empresa, ainda que os vídeos da campanha “Deseconomês” não façam menção a tais serviços. De forma sugestiva, a instituição divulga esse universo a quem quer conhecê-lo através dos vídeos enquanto se mostra competente e disponível como meio para quem quer começar sua participação nele.

Estes diferentes olhares para o fenômeno da publicidade nas mídias digitais, bem como o discurso propagandista e suas inúmeras áreas de aplicação, desaguam em algumas acepções sobre o nosso objeto. Consideramos que a campanha “o futuro do trampo” é uma publicidade não convencional por alguns aspectos interrelacionados: se apresenta enquanto um programa de entrevistas, tem cerca de 9 episódios que variam entre 6 e 15 minutos, não delimita um produto específico que represente diretamente as ideias debatidas nos vídeos.

Entretanto, ancorados na teoria do discurso propagandista e das mídias de Charadeau e levando em conta o contexto de produto e circulação dos vídeos, entendemos que o público-

alvo da propaganda são jovens universitários ou prestes a entrar na universidade, com potencial de possuírem os cartões de conta corrente e conta fácil. Em segundo lugar, a empresa vem se apresentando como meio de desenvolvimento do país através de diferentes projetos e iniciativas, em comparação com outros bancos, por isso cremos que estes conteúdos buscam pela promoção da empresa neste cenário competitivo.

Em conclusão, já que os gêneros do discurso são inesgotáveis (Bakhtin, 2016), buscamos analisar o objeto e entender melhor essas dinâmicas propagandistas em um conteúdo de tipo não tradicional, com vistas a explorar melhor estas estratégias publicitárias na contemporaneidade com materiais audiovisuais cada vez mais diversos.

3.2 BANCO DO BRASIL A PARTIR DE 1990.

O primeiro banco instaurado no Brasil tem 200 anos de história atualmente. Em vista desta grande trajetória e do nosso recorte de pesquisa que se debruça sobre o neoliberalismo, preferimos recapitular seus aspectos socioeconômicos desde a década de 90, quando a doutrina é introduzida em território nacional. Não coincidentemente, Jung (2004) indica que a evolução do referido banco em sua história recente está associada com as transformações estruturais da economia brasileira, sobretudo na relação entre Estado e sociedade.

O autor ainda acrescenta que no período entre 1964 e 1994 ocorre uma intensificação popular da dualidade entre as dimensões pública e privada da estatal, gerando “questionamentos em ser empresa de fomento/empresa financeira, ou ainda na definição de seu caráter estatal/empresarial, que são as diversas maneiras de abordar o dilema referente à forma de atuação da empresa no espaço econômico” (Jung, 2004, p. 87). Entretanto, é a reestruturação do sistema financeiros nos anos 1990 que marca a grande mudança do papel dos bancos públicos federais.

Devido ao consenso de Washington que assegurava um suposto apoio do FMI aos países da América Latina em troca de uma sequência lógica de medidas a serem adotadas nos países da região, a neogestão é formalizada na vida econômica (e social) brasileira. Em revisão de literatura, Gehm (2013, p. 10) reúne as seguintes medidas exigidas:

disciplina fiscal, eliminando o déficit público; a redução dos gastos públicos, com foco em saúde, educação e infraestrutura; reforma tributária; adoção de juros de mercado, para maior liberalização financeira; câmbio de mercado; a abertura comercial, com redução das alíquotas de importação, e aumento das exportações; o aumento do investimento estrangeiro direto, com eliminação de restrições; a privatização das estatais; a desregulamentação econômica e

das leis trabalhistas, e; o direito à propriedade intelectual.

Assim, tais medidas visadas direcionavam o país à globalização financeira, de forma que o Estado tivesse papel ativo na redução de sua própria influência sobre o sistema financeiro. A adoção das regras impostas pelos países centrais do capitalismo contemporâneo aponta para a abertura da economia doméstica, valorizando os capitais internacionais no Brasil.

Sob o neoliberalismo, o alocamento de recursos passa do Estado para um sistema financeiro “cada vez mais globalizado e no qual instituições norte-americanas têm um papel dominante” (Saad Filho, 2011, p. 6 – 7). Datados pela financeirização, novas formas de controle e disciplina recaíram com força sobre os trabalhadores: se transformam os padrões de emprego facilitando a restrição dos salários, benefícios, direitos sociais e outras proteções extra-mercado. Neste contexto, ocorre a reprodução da classe trabalhadora através do boom imobiliário e expansão do crédito pessoal, eliminam-se empregos qualificados em vista de empregos precários e muitos trabalhadores são atraídos pela lógica do endividamento pessoal somado ao ganho de capital através de hipotecas residenciais. (Saad Filho, 2011)

O setor bancário como um todo passa, então, por uma transformação radical devido às mudanças estruturais influenciadas pelo contexto de abertura do capital nacional somada ao processo de informatização que resultaram em mudanças significativas nas condições de trabalho no setor. Sobre essa realidade, na época, Laranjeira (1997, p. 113 - 114) acrescentava que

Nos Estados Unidos, como na Grã-Bretanha, a reestruturação nos bancos enfatiza a aquisição de clientes, ou seja, os bancos esforçam-se para oferecer baixos preços e facilidades crescentes na prestação de serviços, como forma de atrair clientes. A adoção de tal estratégia reflete-se na organização do trabalho. [...] Para preenchimento de cargos mais qualificados, o recrutamento é feito no mercado de trabalho externo à empresa. Tal estratégia é, naturalmente, acompanhada pela alta rotatividade de empregados, os quais, sem perspectiva de carreira, possuem baixo comprometimento com a empresa.

Observa-se que na análise de Laranjeira a semente das tendências características da neogestão contemporânea como apontada por autores como Abílio (2020) e Antunes; Filgueiras (2020) que pendem para a estratificação do trabalho pelo apagamento da identidade profissional do trabalhador enquanto este aprende a reproduzir um discurso competitivo e muitas vezes meritocrático.

O estudo de Souza (2008) mostra a faceta da problemática na prática, através da reconstituição das trajetórias profissionais de trabalhadores negros aposentados ou em final de

carreira do Banco do Brasil. O recorte da referida pesquisa busca pela compreensão das dificuldades que bancários negros enfrentam na ascensão de cargos de liderança, através de suas narrativas. Entretanto, chamamos atenção aos relatos dos entrevistados sobre a época de reestruturação produtiva (1989/1990)⁴¹ que o setor financeiro como um todo passou.

Algumas consequências percebidas se referem à falta de funcionários e consequente sobrecarga de trabalho, época em que o BB começou a contratar estagiários para solucionar a crise. Os relatos ainda apontam para cobrança sobre execução de tarefas as quais os funcionários não receberam treinamento ou estrutura material, além da instabilidade, aumento da competitividade, produtividade, diminuição de salários e desvalorização da mão de obra qualificada.

Estas evidências apontam para interferência das políticas neoliberais na reestruturação dos bancos nacionais, o que causou mudanças bruscas sentidas diretamente pelos trabalhadores do setor. Estas consequências atingiram aqueles que atuavam nos bancos públicos que passaram a incorporar essa reorganização do sistema financeiro global caracterizado pela proliferação das atividades financeiras e criação de novos mercados.

Nesse sentido, o sistema financeiro assume um duplo papel: ao mesmo tempo em que atua como agente no processo de reestruturação mais amplo, também vivencia reestruturações nos processos produtivos no sentido de se adequar à lógica de “livre mercado” que norteia a intensa competição já outrora existente, porém intensificada nesse setor (Segnini, 1999, p. 185).

Na coleção “Banco do Brasil 200 anos”, o fascículo 7 intitulado O banco do Brasil nos últimos anos da ditadura (Mendes, 2008) explora, dentre outros acontecimentos, a diversificação das atividades financeiras, instrumentos e mercados do banco em 1990. Algumas das inovações são a criação do BB Banco de Investimentos S.A, o avanço do BB para a previdência privada complementar e a capitalização de diversos subsegmentos do ramo segurador.

Somado à expansão de atividades e a atitude mais agressiva do mercado, devido à adoção do plano real em 1994, o banco lançou o Programa de Desligamento Voluntário (PDV) através da negociação com setores e coalizão com entidades representativas dos funcionários prometendo vantagens aos que aderissem às demissões. Houve um desequilíbrio de forças, o setor jurídico foi mobilizado antecedendo possíveis processos advindos dos

⁴¹ Os determinantes da reestruturação produtiva no Brasil foram a) necessidade de as empresas brasileiras adequarem-se às novas regras de “competitividade internacional”; b) as ações das empresas transnacionais que levaram à adoção, por parte de suas subsidiárias no Brasil, de novos padrões organizacionais e tecnológicos, em alguma medida inspirados no toyotismo [...]; c) a necessidade das empresas nacionais de responderem ao avanço do novo sindicalismo brasileiro, que procurava estruturar-se de modo autônomo e mais fortemente organizado nos locais de trabalho. (Antunes, 2005, p. 133)

demitidos e o fator surpresa colaborou para que estes não pudessem se preparar para organização coletiva. Trabalhar no banco, que representara por décadas o sonho de ascensão social, tornou-se um palco de crise com disputas e confrontos entre funcionários (Vargas, 2018).

Sobre o PDV, Mendes (2008) acrescenta que a grande parte de quem saiu do banco nesse programa e nos sucessores apostou em uma vida de empreendedor, no entanto o Movimento Unificado de Reintegração/Readmissão dos Pedevistas (Murp) foi criado nos anos seguintes. A entidade afirmava que boa parte daqueles que saíram nos programas de demissão incentivada não conseguiu firmar-se como empreendedor ou estabelecer-se na iniciativa privada, diversos Projetos de Lei foram e são criados a partir dos programas de demissão⁴². A autora ainda relata que entre os “desiludidos” há aqueles que garantem aderirem aos planos por assédio moral e ameaças de transferência para longe de suas famílias.

Após a implantação do plano real (em 1994), ocorreu a reestruturação do Sistema Bancário Brasileiro (SBB) sob coordenação do banco central, através de dois componentes: involuntário e voluntário. O primeiro foi um processo de redução de empresas representativas do setor financeiro devido a intervenção do Banco Central (BC), que transferiu parte das atividades de empresas menores e ineficientes para outras instituições; o segundo resultou das decisões dos próprios banqueiros (de bancos privados) ao se fundirem, incorporarem, comprarem ou venderem suas empresas, clientes e serviços uns aos outros. Neste processo ainda está incluso a autorização de investidores estrangeiros no mercado brasileiro (Moura, 1998).

A ameaça de uma crise sistemática devido o ajuste do SBB foi sentida através da aquisição de bancos menores pelos maiores, quando os segundos poderiam não suportar a inadimplência dos primeiros ocasionando um efeito “bola de neve”. Para evitar aumento da desconfiança em todo o setor e crescente temor de bancos em emprestar seus recursos às instituições com dificuldade, o governo tentou fornecer apoio através do BB e da Caixa econômica Federal e permitiu renegociação da dívida entre bancos e clientes. Evidencia-se que os bancos públicos não eram a causa da crise, ainda que alguns deles fossem privatizados

⁴² O PL 512/2007 foi criado pelo parlamentar Guilherme Almeida (PCdoB/BA) como maneira de reverter a situação, dispondo sobre a reintegração no emprego dos funcionários do Banco do Brasil S/A demitidos no período de 1995 a 2002 pelo PDV; O PL 4293/2008 criado pelo parlamentar Leonardo Picciani (PMDB/RJ) busca conceder anistia aos ex-servidores da Administração pública federal direta, autárquica e fundacional, exonerados em virtude de adesão, a partir de 21 de novembro de 1996, a programas de desligamento voluntário. O PL 3.959/2015 busca por reintegrar e conceder anistia aos ex-servidores públicos da administração direta, indireta, autárquica, fundacional e empresas de economia mista que aderiram aos programas de demissão voluntário, incentivada, ou ainda programas de adequação aos quadros (PDI/PDV/PAQ). Os registros de todos os projetos podem ser encontrados do site oficial da câmara legislativa (<https://www.camara.leg>).

na época⁴³, na verdade estes foram utilizados para auxiliarem os bancos privados, emprestando-lhes dinheiro se necessário. (Szmit, 1999).

Em derradeiro, em 1995, o BC implementa o Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional (Proes) sob a justificativa de propiciar estabilidade financeira, principalmente aos bancos privados brasileiros, absorvendo suas dívidas. Já os bancos públicos passaram por intervenção, preparando-os para privatização de sua “parte boa” (Segnini, 1999). O BB se encontrava em crise devido dívida de R\$ 4, 88 bilhões e novas medidas foram adotadas: aumento da cobrança por serviços prestados, ampliação dos produtos oferecidos e exploração da rede de vendas, fora racionalização das agências (redução para 170 unidades) e diminuição do número de funcionários (Andrade; Deos, 2009, p.59).

Ao propor uma discussão sobre a tentativa do banco em imprimir um caráter privado, Vidotto (2000) aponta que a capitalização do BB constitui, na verdade, o ápice de diversos movimentos que acompanharam o fim da conta-movimento em 1986 (proteção do Estado à agricultura pela emissão de crédito), camuflada pela deterioração das contas do BB. Além disso, cita a tentativa de privatização da BB-DTVM e da BB-Securities em 1997 à empresas internacionais - aprovada inicialmente sobre o argumento da necessidade do banco em eleger um parceiro estratégico no exterior, mas abandonada posteriormente pela nova gestão de Andrea Calabi (6 de jan. 1999 – 28 de jul. 1999) em meio à conflitos ideológicos no interior da base do governo FHC.

No material didático disponibilizado pelo antigo portal do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e intitulado “O papel dos bancos públicos federais na economia brasileira”, os autores Araujo e Cintra (2011, p. 15 - 16) informam que entre os bancos estaduais existentes em 1996 “dez foram extintos, seis privatizados pelos governos estaduais, sete federalizados para posterior privatização, cinco reestruturados com recursos do Proes e três não participaram da reestruturação”.

Além da intervenção nos bancos públicos pelo Proes, os autores informam sobre o impacto da entrada dos bancos privados na lógica de funcionamento das empresas estatais brasileiras, explicando que embora a capitalização das empresas financeiras públicas tenha se formalizado em lei pela Medida Provisória nº 2.196 em 28 de Junho de 2001, já em 1996 o BB tinha sido capitalizado pela emissão de novas ações no valor de R\$ 8 bilhões. A mudança objetivou adequar a regulamentação bancária de bancos públicos de forma semelhante à dos

⁴³ Dois casos emblemáticos são o Banerj (incorporado ao Itaú) e o Banespa (comprado pelo Santander

bancos privados, procurando refletir os padrões internacionais como definidos pelo acordo da Basileia 1.⁴⁴ (Araujo; Cintra, 2011).

A ambição da diretoria do BB, consoante Vidotto (2000), desde sua capitalização, era restringir as relações do banco aos segmentos da agropecuária e agroindústria na medida em que pretendia manter seu caráter estatal (definido pela concessão de crédito à agricultura) e abrir caminho para a progressiva privatização de segmentos do seu conglomerado (ingresso no mercado de capitais, administração de fundos, crédito ao consumidor, cartões de crédito, previdência privada complementar...). Em outros termos, entende-se que a lógica empresarial privada recaia, enfim, no mesmo nível das diretrizes institucionais dos bancos públicos

Nos anos 2000, a diretriz do BB enquanto uma empresa que se guia pela lógica comercial privada é formalizada pela MP anteriormente citada, instaurando o Programa de Fortalecimento das Instituições Financeiras Federais que tinha por objetivo tornar as instituições públicas “mais fortes, mais competitivos e, sobretudo, mais transparentes” (Ministério da Fazenda, 2001 apud Andrade; Deos, 2009, p.65)⁴⁵. O documento oficial do MF sobre a lei incluía que

[...] o governo está determinado a impor aos bancos públicos a mesma disciplina a que estão submetidos os bancos privados. Trata-se de assegurar que as instituições públicas federais estejam preparadas tanto para competir como bancos comerciais como também para desempenhar com eficiência sua missão de fomento ao desenvolvimento econômico e social dado que sua privatização neste governo é hipótese definitivamente afastada [...]. (Ministério da Fazenda, 2001 apud Hermann, 2010, p. 23).

No relatório anual de 2001, a empresa disponibilizou os resultados provenientes da MP através da valoração positiva do novo caráter de banco privado formalizado juridicamente.

No documento, as indicações de lucro e diminuição das despesas sob um tom de convencimento e divulgação comercial são apontadas como reflexos provenientes da reestruturação implementada pelo governo federal, ainda que as modificações tenham sido inseridas do último semestre daquele ano.

Algumas novidades apontadas são a revisão do estatuto que ampliou direito de

⁴⁴ O acordo de Basileia I foi implantado no Brasil por meio da Resolução 2.099/94, de 17 de agosto de 1994, como forma de reestruturar o sistema bancário nacional dependente das receitas inflacionárias, desde os anos 70. Esta implementação representou o início da estratégia de adotar no país os padrões internacionais de regulação bancárias, vistos como mais modernos, sólidos e resistentes a crises. (Romantini, 2012, p. 230-231)

⁴⁵ Em nossa investigação não encontramos a publicação oficial do Ministério da Fazenda, provavelmente pela data de publicação (2001) e a evolução das mídias digitais desde então. Nesta dinâmica evolutiva muito material se perde pelas redes ou é excluído.

acionistas minoritários; descentralização da gestão, através de ampliação da diretoria e cooperação entre presidente, sete vice-presidentes, dezesseis diretores, responsáveis perante o Banco Central e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) – cúpula formada majoritariamente por outros banqueiros e representantes das elites; e enfoque nos clientes correntistas

Isso reflete a preocupação do Banco do Brasil com a satisfação dos clientes: seremos cada vez mais competitivos à medida que respondermos às necessidades específicas da nossa base de clientes [...] Concentramos, no Varejo, o atendimento da pessoa física e das micro e pequenas empresas. Os canais alternativos e não-tradicionais de distribuição de produtos continuarão recebendo nossa especial atenção (Banco do Brasil, 2001, p. 07).

Somado à reestruturação da empresa que ganhou uma nova diretriz mais competitiva e de diversificação comercial de produtos e serviços para captação de novos clientes, chamamos atenção para o Relatório Anual de 2000 que tem um enfoque profundo na associação do BB com o mundo digital e a disponibilização de novas ferramentas através da internet. O documento traz na capa a imagem de uma criança sorrindo, com parte de seu rosto enquadrada sob uma representação de página da web simples, representando um envio de e-mail da empresa com o assunto “Relatório Anual 2000”. A edição da capa faz uma associação entre o universo da internet e a nova geração, projetando-se ao futuro digital da sociedade:

Figura 6: Capa do relatório anual do Banco do Brasil em 2000



Fonte: Relatório Anual 2000

Sob o título e eixo temático Nova economia, tecnologia e felicidade, o documento é

apresentado através da expansão do banco pela internet com o lançamento de sites de investimentos, agronegócio, negócios internacionais, relações com investidores, notícias, cultura e esportes (Banco do Brasil, 2000). Ou seja, modernizando os interesses já concebidos da criação da identidade institucional do banco (ou o branding da empresa) pela diversificação dos tipos de produtos constituídos nas redes.

Nos chama bastante atenção a atmosfera social-empresarial aplicada ainda nestas primeiras páginas. A temática da tecnologia é justificada pela capacidade de oferecer ganhos aos clientes e a comunidade em uma dimensão de comunicação/relacionamento, além de otimizar o potencial dos funcionários e agregar valor aos acionistas. Os ganhos pressupostos pela projeção da empresa ao futuro são valores engendrados na neogestão pela lógica do sujeito- empresa.

Por reconhecer no tempo um dos recursos mais valiosos neste mundo dinâmico, o Banco espera que sua expansão pela internet seja convertida em vantagens para o cotidiano das pessoas. Em tempo ganho para investir em qualidade de vida, na família, nos amigos, na felicidade. (Banco do Brasil, 2000, p.03)

Desta forma, o banco preconiza seus serviços enquanto instrumento de suporte para que seus clientes e funcionários obtenham mais tempo de investimento em outros setores da vida, enquanto se adequa ao potencial destes sujeitos-empresas em uma dimensão competitiva. Para isso, lança mão de diferentes produtos disponibilizados pelo meio digital, mais rápido e prático, capazes de gerarem melhor administração da vida cotidiana dividida entre diversas áreas de investimento e, assim, gerar felicidade em seus clientes.

Os dois relatórios que marcam a virada de século e o ano de reestruturação da empresa pela MP 2.196/2001 demonstram o caráter de inovação pretendido pelo Banco do Brasil em uma nova fase tecnológica, competitiva e mais comercial. Estas diretrizes definiram a atuação nos anos seguintes.

Em 2008, o mundo passou por uma crise financeira originada pela crise de subprime⁴⁶ nos Estados Unidos, em 2007. As medidas da neoliberalização financeira mundial aplicadas desde meados dos anos 90 estruturaram um mercado financeiro global, de forma que as

⁴⁶ Borça-Junior e Teixeira-Filho (2009, p. 290) explicam que essa crise iniciou-se em 2007 por perdas relacionadas ao financiamento de imóveis, ameaçando a saúde financeira de importantes bancos e fundos de investimento. Em 2008, intensificada, fez com que investidores internacionais acelerassem dissoluções de suas posições em créditos hipotecários, afetando o funcionamento de vários mercados. A partir disso, houve “redução na liquidez dos títulos de curto prazo (lastreados por ativos) nos EUA – os chamados *commercial papers*. Na Inglaterra, registrou-se, pela primeira vez em mais de 140 anos, uma corrida contra um dos maiores bancos nacionais – o Northern Rock. Nos mercados interbancários, as taxas de juros começaram a subir, indicando que os grandes bancos estavam reticentes em realizar empréstimos de curto prazo entre si. Nesse estágio, os Bancos Centrais decidiram intervir, injetando liquidez, para evitar que a crise tomasse proporções sistêmicas.”

relações financeiras entre os países eram intensificadas e os impactos da crise estadunidense (que levou a falência diversos bancos nos EUA e na Europa) afetaram instituições do exterior que, por sua vez, afetaram outras (Lima; Deus, 2013). A globalização financeira ocasionou um efeito “dominó” e o sonho neoliberal, baseado em um sistema ideal de valorização do mundo corporativo como chave de crescimento e bem-estar para a sociedade em geral, se via em risco.

A MP 443/2008 é publicada em outubro daquele ano, autorizando o BB e a Caixa Econômica Federal (CEF) a comprarem as partes das instituições financeiras em dificuldade, estratégia semelhante adotada pelo BC durante a reestruturação do sistema financeiro nacional devido a adoção do real como moeda no país. No estudo de caso sobre a atuação do Banco do Brasil durante a crise de 2008, Passos (2010) firma que o BB amplia sua participação no mercado e desenvolveu algumas estratégias a partir de certas ações (além das incorporações e aquisições de alguns bancos estaduais): ingresso nos mercados de crédito imobiliário e de veículos, no segundo caso através da aquisição de 50% em participação acionária do Banco Votorantim (BV); distribuição de produtos por canais complementares; Compra de carteiras de crédito;

Expansão da atuação em mercados internacionais; expansão na área de mercado de capitais. Ou seja, a crise aparece como uma oportunidade para o BB ampliar sua participação no sistema financeiro brasileiro, resultando na ampliação de produtos disponibilizados pela instituição. O maior banco público brasileiro ultrapassa alguns grandes bancos privados nacionais em número de carteiras de crédito e número de agências em determinados centros urbanos nacionais.

O BB intensificara seu caráter de funcionamento competitivo e de busca por captação de clientes apoiada, inclusive, pela criação de medidas provisórias que buscaram suprir a crise iniciada nos EUA. A problemática foi expandida aos outros países pela internacionalização das economias fortemente empenhadas pela elite econômica neste mesmo país e posta em prática enquanto política de Estado. Tudo isso em uma modernidade marcada pelo discurso de não-intervenção do Estado na economia, através de uma autorregulação.

O seguinte quadro feito por Costa e Souza-Santos (2010, p. 175), ao analisar as estratégias de internacionalização dos maiores bancos (público e privado) do país, demonstra alguns números referentes ao Banco do Brasil e o Itaú Unibanco no pós-crise:

Quadro 1: dados do Banco do Brasil e Itaú Unibanco em 2010:

	Itaú Unibanco	Banco do Brasil
Patrimônio líquido (em mi de R\$)	50.683	32.360
Depósitos (em mi de R\$)	270.938	310.846
Operações de crédito (em mi de R\$)	278.382	218.159
Ativos líquidos (em mi R\$)	608.273	598.839
Nº de agências	4.896	17.203
Nº de caixas eletrônicos	30.276	43.976
Nº de empregados	101.640	113.401

FONTE: Banco do Brasil (2010) e Itaú/Unibanco (2010)

Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/ret/article/view/27032/18028>

Este enfoque na atuação internacional é destacado logo no início do relatório anual do banco em 2010. A seção “mensagem do presidente” se inicia pelas considerações de Aldemir Bendine sobre o fim da década de 2000:

A primeira década do século XXI se encerrou com o Brasil se destacando como um país dinâmico, capaz de assumir responsabilidades entre as nações e com um vigor econômico que impressionou não apenas os brasileiros, mas também nossos parceiros em todo o mundo. Essa desenvoltura econômica se refletiu em crescimento dos negócios no Brasil, entre brasileiros e empresas nos cinco continentes. Um momento especial, quando nós, o Banco do Brasil, pudemos mostrar toda nossa força para apoiar o desenvolvimento sustentável do país. (Banco do Brasil, 2010).

De forma ampla, dentre os avanços que a década que 2010 trouxe, evidenciamos a consumação do caráter comercial e internacional do banco que se imprime discursivamente enquanto um forte representante do mercado brasileiro no sistema financeiro. Por outro lado, seu aspecto público é representado pela responsabilidade com a sociedade brasileira, em seus representantes físicos e jurídicos postos discursivamente em meio ao mundo globalizado, além do apoio pretendido ao desenvolvimento sustentável do país.

Para os anos seguintes, o relatório de 2010 expressa metas diversificadas em relação à Agenda 21 Empresarial do BB⁴⁷ que é “inspirada nos compromissos assumidos na Conferência Rio-92, da Organização das Nações Unidas (ONU), a qual incentivou os governos, as empresas e as organizações da sociedade civil na busca por soluções para os problemas socioambientais.” (Stefano; Teixeira, 2014, p. 51).

Esta agenda de compromissos é dividida em três eixos a) Processo e Gestão; b) Negócios com Foco no Desenvolvimento Sustentável e c) Investimento Social Privado.

⁴⁷ A agenda 21 do BB nasceu oficialmente em 2007, mas a importância concedida aos tópicos formalizados na agenda é evidenciada pela primeira vez na Carta de Princípios de Responsabilidade Socioambiental do Banco do Brasil em 2003 e o Plano de Sustentabilidade em 2005. Neste cenário, Silva (2008, p 94-101) faz uma lista de ações sustentáveis desenvolvidas pelo banco até 2007.

Abaixo, trazemos uma versão do quadro apresentado no relatório, adaptado por nós aos objetivos desta explanação:

Quadro 2: Planos e metas engendrados na Agenda 21
Empresarial do BB

EIXO	AÇÕES	PRAZO
Processo e gestão	Aprimorar as ações de educação e de comunicação sobre a temática socioambiental, com foco em ecoeficiência, cooperativismo e associativismo	dez/11
	Aprimorar as ações de Educação Financeira para os diversos públicos do BB	dez/11
	Aprimorar o Programa Pró-equidade de Gênero do BB	dez/11
	Definir e implementar sistemática de classificação de todos os setores/atividades econômicas de acordo com o risco socioambiental da atividade	dez/11
Negócios com Foco no Desenvolvimento Sustentável	Desenvolver soluções em produtos e serviços com atributos de responsabilidade socioambiental para os pilares Varejo, Atacado e Governo.	ação contínua
	Revisar ferramentas da metodologia DRS (Diagnóstico e Plano de Negócios) a fim de aprimorar a definição e o alcance dos objetivos ambientais.	dez/11
Investimento Social Privado	Continuar o processo de revitalização do Programa de Voluntariado entre os funcionários e demais colaboradores do BB e consolidar iniciativas de apoio às comunidades	dez/11
	Implementar Projetos Socioambientais do Programa Água Brasil	dez/2013 – com entregas parciais em dez/2011 e dez/2012

Fonte: Relatório anual do BB em 2014

Observamos a conjunção entre objetivos sociais e ambientais enquanto indicativos de uma preocupação com a sustentabilidade, concentrada no futuro das próximas gerações. Essa responsabilidade imprime também, nos mostra Tachizawa (2004), instrumentos para competitividade entre as empresas independente de seus segmentos. Isto é, menções ao desenvolvimento socioambiental começam a ser determinantes para as empresas quando se torna uma demanda significativa para a sociedade e, mais especificamente, para sua base de clientes.

A tabela indica o desenvolvimento de sua contabilidade social (ou balanço social⁴⁸) no cenário interior da empresa (através da busca por equidade de gênero, por exemplo) e a preocupação com a educação financeira de diversos públicos do BB - o que inclui a organização no mundo do trabalho para os jovens, objetivo mais aparente da campanha “O futuro do trampo” em 2021/2022. O banco do Brasil se projeta como uma empresa educativa no cenário nacional, devido seu status de empresa pública subjugada aos poderes estruturantes do Estado democrático.

Estas iniciativas são formalizadas em diretriz empresarial aplicada a todo o conglomerado Banco do Brasil pela Política Específica de Responsabilidade Socioambiental (PRSA) em 2015. O documento oficial disponibilizado digitalmente pela empresa traz seus princípios, dos quais listamos alguns: Atuação em responsabilidade socioambiental embasada em definições estratégicas da empresa, em alinhamento aos Princípios de Investimento Responsável; Atuação em base social e ambientalmente responsáveis, considerando a ética, a promoção dos direitos humanos, dos direitos fundamentais do trabalho, o meio ambiente e contribuição para universalização dos direitos sociais e cidadania; Respeito e valorização da diversidade e equidade nas relações. (Banco do Brasil, 2019).⁴⁹

A inclusão da pretendida promoção de equidade entre minorias políticas nos contextos interior e exterior da empresa podem ser focalizadas, além das menções nos documentos da política de responsabilidade socioambiental, através do BB Ações Equidade e Adesão da empresa aos Princípios de Empoderamento Feminino (WEPs da Onu Mulheres)⁵⁰, ambos em 2018. O documento disponibilizado pelo banco demonstra que o primeiro projeto é um fundo temático que tem por objetivo capturar retornos por meio de investimentos em empresas que promovam a equidade de gênero. Para receber esse investimento, as empresas (brasileiras ou estrangeiras) devem ser signatárias dos WEPs (Woman Empowerment Principles) (Banco do Brasil, 2023).

⁴⁸ O conceito de Balanço Social se refere a abordagem de aspectos relativos aos recursos humanos, expandindo-se também a divulgação de “outras informações de cunho social, como: Demonstração do Valor Adicionado - DVA que visa demonstrar a formação e distribuição da riqueza; Benefícios e Contribuições à Sociedade em geral; e a postura em relação aos recursos naturais.” (Pinto; Ribeiro, 2004, p. 22)

⁴⁹ Referenciamos a segunda versão do documento, publicada quatro anos depois, porque achamos mais interessante para a perspectiva do trabalho que busca mobilizar a trajetória do referido banco para a compreensão de possíveis sentidos no primeiro episódio da campanha “o futuro do trampo”, em 2021/2022.

⁵⁰ O site oficial Onu mulheres (2024) explica que “Os Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs) são a plataforma norteadora para estabelecer e consolidar parcerias com o setor empresarial, de forma a aumentar seu compromisso e desenvolver suas capacidades para eliminar a discriminação contra as mulheres.” Dentre os princípios de empoderamento, listamos algumas como a) estabelecer liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero; b) tratar homens e mulheres de forma justa no trabalho; c) garantir saúde, a segurança e o bem-estar de todos os trabalhadores e as trabalhadoras; d) promover a educação, a formação e o desenvolvimento profissional das mulheres.

No relatório anual de 2018 se encontra um pequeno destaque à aproximação pretendida pela empresa em relação ao público jovem, na seção Estratégia de Relacionamento:

A estratégia de atuação junto aos universitários tem como objetivo aproximar nosso relacionamento com este importante segmento, que garantirá a sustentabilidade dos resultados e perenidade dos negócios no médio e longo prazo. Realizamos campanha para o segmento Universitário, com objetivo de rejuvenescer a marca BB e a base de clientes, com foco na abertura de novas contas pelo App e na contratação de Ourocard Universitário. Como principais benefícios para esse público disponibilizamos produtos como o cartão de crédito sem anuidade e limite de R\$ 1,2 mil, sem a necessidade de comprovação de renda. (Banco do Brasil, 2018, p.105).

A juventude, dessa forma, aparece em prospecção ao pretendido futuro da empresa, entendida enquanto segmento de negócios a médio e longo prazo. A concepção sobre juventude refletida no trecho diz respeito apenas a uma parte das possibilidades de identidade juvenil na contemporaneidade: sujeitos da geração Z que terminaram (ou estão prestes a terminar) a fase da educação básica, que ingressaram (ou estão prestes a ingressar) na formação superior, preocupados com o futuro do trabalho e sua, aptos a utilizarem os produtos e serviços do BB enquanto instrumentos para a vida econômica e social.

Percebe-se uma forte interrelação estipulada entre a geração dos jovens universitários e o mundo digital, nesse cenário o referido banco oferece abertura de conta via App e o Ourocard Universitários – cartão de conta-corrente destinada aos universitários com características específicas, além de ser objeto para transação de bolsas em projetos e estágios.

A atenção do banco do Brasil destinada a educação é destaca através da Unibb, formalizada em 2002 enquanto recurso estratégico para educação de funcionários e não-funcionários da empresa, trazida ao meio digital com disponibilização de cursos e outras produções publicadas nas redes em 2015. Para entender sua consolidação, antes trazemos a esquematização feita por Zacouteguy (2011) em revisão de literatura (levemente editada por nós através da retirada de alguns tópicos⁵¹) sobre as iniciativas do BB para a educação, principalmente no contexto interno da empresa:

Uma filosofia de treinamento – 1967: economistas e administradores; aulas expositivas; transmissão do conhecimento através de professor; 2) Sistema de formação pessoal

1977: Psicólogos e filósofos: educação permanente e formação contínua; escola de relações humanas; aprendizagem metódica, qualificação adequada, aperfeiçoamento e especialização; metodologia vivencial e em grupo, na formação de educadores e nos cursos

⁵¹ Encontra-se a esquematização feita pelo autor na íntegra na página 38

comportamentais;3)Política de formação Pessoal – 1987: Psicólogos, sociólogos e pedagogos; educação permanente; ampliação do quadro de educadores; 4) Repensando o DESED (Departamento de Seleção e Desenvolvimento Pessoal) – 1993: Protagonismo dos pedagogos; elaboração de um marco referencial filosófico-pedagógico; criação de Centros de Competência na Rede CEFOR (centro de formação) atual GEPES (gestão de pessoas); predominância da discussão humanista;5)Plano Diretor de recursos humanos (PDRH) – 1997: educação perde espaço político e institucional; vertente economicista da Educação, o lema era “Criando valor pela educação”; gestão do conhecimento; 2002 Unidade Corporativa Banco do Brasil; 6)Proposta Político- Pedagógica – 2008: tratada posteriormente pela autora.

Percebemos uma longa trajetória do Banco do Brasil em relação ao treinamento e educação de seus funcionários, desde 1967, com formação dos trabalhadores através de cursos com aulas expositivas, até os dias atuais com o desenvolvimento cada vez mais significativo da UniBB e seus projetos internos. Destacamos a inserção de interdisciplinaridade enquanto meio de formação humana dentro da empresa, buscando pelo desenvolvimento dos sujeitos que a compõe. Este cenário muda pela adoção da educação como forma de gerar valor (ou renda) em 1997, o que entendemos ser uma formalização da doutrina neoliberal dentro da instituição na área de formação de funcionários (já que observamos a mudança nas diretrizes da empresa desde que aderiu à capitalização e ao projeto de liberalização no início dos anos 90).

Gostaríamos, porém, de problematizar um pouco da aparente diretriz progressista da empresa em relação aos tipos de funcionários que mantinham acesso aos seus processos de formação no final dos anos 80, através do já citado trabalho de Souza (2008) constituído por entrevistas de trabalhadores aposentados ou em final de carreira negros do Banco do Brasil. De acordo com um dos entrevistados, os funcionários que ascendiam nas comissões se credenciavam para os cursos de forma que a participação era permitida conforme o sujeito subia um degrau no quadro geral de ascensão funcional, recebendo valorização conforme uma suposta capacidade de gerenciamento definida pela banco.

Ou seja, cargos como auxiliares e motoristas praticamente não possuíam oportunidade de capacitação através de cursos. Por isso, inspirados na autora, chamamos atenção ao relato do entrevistado 3: “éramos daquele pessoal que trabalha como serviçal e não tem nada além disso, que está ali para servir” (SOUZA, 2008, p. 36). Assim, percebe-se o aspecto da desigualdade social que comprovadamente recaía sobre a empresa pela divisão entre as partes que poderiam ou não fazer formação educacional dentro de seus domínios, com fundamento

no critério merecimento associado às áreas gerenciais.

Voltando ao enfoque sobre a Universidade Corporativo do Banco do Brasil, trazemos uma definição disponibilizada pelo site oficial na seção “Sobre a Universidade”:

Ela conta também com 18 gerências regionais e 8 plataformas, distribuídas no país. Essas unidades oferecem ambientes para aprendizagem e contam com profissionais experientes para apoiar o desenvolvimento pessoal e profissional dos funcionários da Empresa [...] As ações da UniBB alinham-se à Estratégia Corporativa e contribuem para concretizar a visão de futuro do Banco, atingir seus objetivos estratégicos e desenvolver suas crenças e valores, consolidando o compromisso com os *stakeholders*. É o setor da convergência e disseminação de saberes para a construção de competências como manifestações concretas da capacidade de trabalho e do nível de excelência do desempenho organizacional. (Banco do Brasil, 2024)

Temos então, uma parte da instituição responsável pela formação profissional de seus funcionários e do público geral com suporte de cursos, vídeos, aulas, manifestos, etc que promovam conhecimento alinhado aos objetivos da empresa em sua estratégia corporativa. O trabalho de Tiago (2021) analisou 3 cursos abertos disponibilizados no portal da UniBB denominados “Panorama e melhores práticas”, “Empresas e a prevenção à corrupção” e “psicologia de meta”. Os dois primeiros são colocados na categoria curso técnico para educação corporativa, enquanto o último se aloca na categoria curso comportamental.

Destacamos, porém, o curso de psicologia de meta fundado na descrição da autora. Na nossa visão, as indicações feitas por ela demonstram muito bem o caráter neoliberal do sujeito- empresa na atualidade, principalmente em relação à promoção de produtividade enquanto valorização pessoal estendida à outras esferas da vida. No curso, “os participantes aprendem a identificar e definir suas metas de forma clara e objetiva, a elaborar planos de ação para alcançá-las e desenvolver habilidade de autoconhecimento e automotivação” (Tiago, 2021, p.109-110), assim, o curso expressa uma individualização do trabalhador em detrimento do reconhecimento da coletividade que permeia o espaço institucional, acentuando a competitividade típica na neogestão.

Ainda outras inovações e ferramentas foram e são integradas à UniBB como o portal Unibb (Desktop e mobile), rádio UniBB, biblioteca virtual, chatbot. Alguns programas são implementados como atividade institucional: programas de desenvolvimento como o Game DesEnvolVer e o Relacione-e⁵², liderança feminina e concessão de bolsas de estudo em

⁵² O *game DesEnvolVer* é retratado da seguinte forma, no relatório na UniBB (2018): “A primeira Jornada do Game foi a Líder de Si Mesmo, e suas fases foram Autoconhecimento, Mundo do Trabalho, Gestão da Carreira, Gestão de Pessoas, Gestão de Processos e Gestão de Negócios. Esta Jornada, iniciada em 2017, encerrou-se em março de 2018 e contou com a participação de mais de 50 mil funcionários, entre escriturários, caixas, assistentes, atendentes e supervisores de atendimento.

programas de mestrado e doutorado. (Banco do Brasil, 2018).

Destacamos o mapa de carreira lançado em 2019, que consiste em um ambiente de orientação profissional online que auxilia no planejamento profissional dos funcionários e é estruturado pelos módulos “Conheça a si mesmo”, “Conheça as unidades do BB” e “Construa seu plano de Carreira”. No mesmo ano foi lançado o Portal de Mentoria BB para apoiar processos de orientação profissional, na qual funcionários compartilham experiências e constroem conhecimento corporativo e competências fundamentais para um pretendido crescimento profissional. (Banco do Brasil, 2018).

Nota-se, novamente, uma associação cada vez mais profunda entre a vida pessoal e a profissional dos trabalhadores através de uma pedagogia institucional alicerçada por uma gama de projetos e ações investidas pela empresa e focalizada na produtividade e desenvolvimento pessoal. Assim, os enfoques desta pedagogia ocorrem com a diversificação das preocupações da empresa frente o desenvolvimento político e cultural da sociedade brasileira, cada vez mais diversificada. As temáticas culturais relacionadas à diferentes grupos sociais são sempre abordadas nos planos de sustentabilidade da empresa, que busca pela inclusão do maior número possível de clientes.

Em 2016, a empresa já havia consolidado o empreendedorismo enquanto iniciativa através da instalação do Laboratório Avançado Banco do Brasil (LABB) no Vale do Silício. A postagem “Banco do Brasil instala Laboratório no Vale do Silício” (2016), presente no site oficial da empresa, relata que o laboratório se trata de uma integração de funcionários do BB neste local repleto de startups⁵³ para que interajam com empresas e empreendedores já estabelecidos, desenvolvam projetos e tenham uma formação empresarial em vista do compartilhamento destas novas ideias e cultura ao voltarem para o Brasil. (Banco do Brasil, 2016)

Destacamos o modelo de intraempreendedorismo utilizado pela empresa na criação destes novos projetos, o funcionamento ocorre em quatro etapas:

Pensa - Trilha de Negócios Digitais, pré-incubação (denominada Garagem BB), incubação e aceleração. A Trilha de Negócios Digitais se materializa no Action BB, evento em que são reunidos perfis profissionais específicos para formação de times, como analistas de negócios, designers, desenvolvedores e cientistas de dados para a identificação e construção colaborativa de soluções, para as ideias selecionadas no Pensa (Banco do Brasil, 2016).

⁵³ As startups dizem respeito aos empreendimentos com feedback contínuo, validando-se de ideias para constatação se tem mercado, diferente de empresas tradicionais que fazem planos detalhados para posterior entrada no mercado. Os ciclos são definidos por construção, medição e aprendizagem (Hartmann,2013)

Chamamos atenção para a segunda fase de construção do projeto, denominada garagem BB, que faz referências ao imaginário coletivo de que grandes empresas (Google, Facebook, Apple, etc) começaram em uma garagem através de jovens sonhadores. Esta trilha demonstra a formalização do incentivo e valorização da cultura do empreendedorismo através de iniciativas institucionais do maior banco público de país.

A reportagem ainda fala de um dos projetos aprovados na época, o aplicativo Trato que pretendia contribuir para a educação financeira de pais e filhos. Nele havia tarefas para crianças e pré-adolescentes entre 7 e 13 anos, em categorias como Educação, Tarefas Domésticas, Saúde, Bem-estar e Comportamento. Em troca da realização de algumas determinadas tarefas (como arrumar a casa e escovar os dentes, por exemplo), elas recebiam moedas do jogo disponibilizadas pelos pais. O banco informa que um cartão poderia ser associado ao aplicativo. (Banco do Brasil, 2016).

Por isso, finalizando a contextualização do Banco do Brasil sob o viés sociohistórico e econômico, destacamos algumas das principais projeções do banco para os próximos anos através da agenda 30 de sustentabilidade para o período 2023/2025. No documento “agenda 30 BB: nosso plano de ação para um futuro sustentável”, a empresa delimita que busca impulsionar o

debate entre governos, líderes empresariais e sociedade em geral na busca por soluções que promovam a descarbonização do planeta, a transição energética, a proteção da biodiversidade, a defesa dos direitos humanos e o aumento da representatividade e diversidade em todos os espaços. (Banco do Brasil, 2023, p. 3)

Tais medidas objetivam a instauração de 47 ações e 100 indicadores enquanto meta para o triênio 2023-2025, em consonância com o pacto de 2015 pelos países-membros da ONU em vista dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)⁵⁴. Destacamos a página 8 do documento, que mostra os destaques das questões Ambiental, Social e Governança apresentados pela empresa:

Figura 7: Destaques Ambientais, Sociais e Governanças no relatório do BB

⁵⁴ O estudo de Ferrari; Cabral e Salhani (2022) explora a agenda 30 instaurada pelo Pacto Global da ONU e faz um mapeamento de empresas brasileiras comprometidas com ela, destacando que aqueles com um grande número de funcionários têm maior probabilidade de seguir as diretrizes. Esse é o caso do Banco do Brasil com mais de 100 mil funcionários.

Destaques ASG

Tarciana Medeiros é a primeira mulher a assumir a presidência do Banco do Brasil.

Somos o primeiro banco no País a promover amplo atendimento em Libras. Desde a implantação, em abril de 2022, já foram mais de seis mil chamadas.

Pela primeira vez na história o Banco do Brasil tem 44,4% de mulheres, 22,2% de pessoas negras e dois membros autodeclarados do grupo LGBTQIAPN+ no Conselho Diretor.

O BB foi selecionado para compor a carteira do Índice de Diversidade B3 (IDIVERSA B3). A ação do BB (BBAS3) é o ativo com maior peso na carteira do referido Índice.

Primeira captação internacional do tipo sustainability bond, no montante de US\$ 750 milhões. Os recursos captados serão alocados em projetos de energias renováveis e no financiamento de micro e pequenas empresas, especialmente aquelas lideradas por mulheres.

No primeiro trimestre de 2023, alcançamos R\$ 150,4 bilhões de saldo em Agricultura Sustentável, superando nossa meta de R\$ 125 bilhões até 2025. No final de junho, as operações de crédito sustentável do BB chegaram a R\$ 321,6 bilhões, um crescimento de 10% em 12 meses.

Realização do 50º Fórum de Sustentabilidade. A edição comemorativa contou com a participação da Alta Administração do BB e dos gerentes executivos membros do Fórum no debate sobre riscos e oportunidades ASG. Na ocasião, o professor e pesquisador Carlos Nobre abordou temas sobre mudanças climáticas, bioeconomia e mercado de carbono.

Alta gestão no 50º Fórum de Sustentabilidade BB

Fonte: documento Agenda 30 BB

Notamos que a maior parte dos destaques estão associados com categorias que escapam o domínio do cuidado com meio ambiente e são encontradas no meio social como a notícia sobre a primeira mulher a presidir a empresa, acessibilidade as pessoas da comunidade surda e diversidade entre os funcionários no Conselho Diretor. Sendo assim, a política de empresa focalizada em sustentabilidade demonstra a importância da valoração de minorias políticas em cargos de liderança dentro do maior banco público do país, como forma de oferecer um futuro mais justo e diverso às gerações atuais e futuras.

O Banco do Brasil tem uma longa trajetória de modificações ao longo de seus mais de 200 anos de existência, objetivamos observar estas mudanças desde os anos 90 utilizando como critério o início de inserção do neoliberalismo no Brasil. Dessa forma, destacamos as mudanças político-econômicas inicialmente instauradas pelo Consenso de Washington, a adoção do real como moeda oficial em 1995, a capitalização do BB, a mudança de gestão motivada na identidade competitiva e comercial do banco e a oficialização deste novo teor pelas MPs dos anos 2000.

Neste início de século XXI, o BB já se lançava as redes e discutia a importância do mundo digital naquele contexto contemporâneo, sinalizando sua constante atualização em vista das novidades que chamavam atenção da sociedade brasileira e de seus clientes. Além disso, tem um rejuvenescimento cada vez mais aparente através do lançamento de campanhas e produtos voltado ao público mais jovem.

A partir de então, o banco se multiplica cada vez mais em distintas áreas e funções, diversifica sua carteira e presença no sistema financeiro nacional, se tornando mais competitivo e importante no cenário das finanças, na concessão de crédito para o setor rural e na gestão de políticas públicas para o país. Nos últimos anos, temos um BB cada vez mais consciente das problemáticas culturais, que atua em causas ambientais e apoia o crescimento de minorias políticas engajadas em “vencer” profissionalmente, disponibilizando uma série de campanhas e projetos que buscam o crescimento de seu público: seja pelo empreendedorismo, gestão de vida, capacidade de liderança, mudança de mindset, tanto em contexto interno como externo.

3.3 A CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DO PROGRAMA “O FUTURO DO TRAMPO” E ASPECTOS GERAIS DO EPISÓDIO “O FUTURO DA SAÚDE”

O programa “O futuro do trampo” conta com 9 episódios postados entre 8 de janeiro de 2021 e 2 de dezembro de 2022. Cada um deles varia entre 6 e 15 minutos de duração, abordando distintas áreas de atuação profissional e suas principais tendências para o futuro. Sua proposta é apresentar uma projeção do futuro em diferentes áreas profissionais através de entrevistas com pessoas com experiência em cada uma delas, os episódios e as áreas profissionais abordadas são, respectivamente, a) O futuro da saúde; b) O futuro da economia criativa; c) O futuro do Direito; d) O futuro da tecnologia de informação; e) O futuro do planejamento financeiro; f) O futuro da Engenharia; g) O futuro do empreendedorismo; h) o futuro da inteligência artificial; i) o futuro do eSports.

Esse programa foi divulgado em outros locais da internet com chamadas próprias e contextualizadas ao tipo de atividade online exercida nestes locais: vídeos para o Youtube, textos escritos para blogs, fotos para o Instagram etc. Transcrevemos parte da apresentação do programa publicada no blog oficial do Banco do Brasil⁵⁵, fazendo uma chamada do público enquanto instaura um diálogo com os jovens:

⁵⁵ As partes em itálico do trecho são originalmente *links* que levam a outras postagens do site.

1	Dizer que o momento de escolher uma carreira é desafiador não é exatamente uma
2	novidade. E, normalmente, chega cercado de dúvidas. Mas o que talvez seja
3	especialmente diferente agora e nos próximos anos é o cenário em que essa escolha
4	acontece. Em um mundo cada vez mais volátil, incerto, complexo e ambíguo,
5	as <i>mudanças</i> acontecem com muito mais velocidade do que na época dos seus pais, por
6	exemplo. Profissões que existiam, já não existem mais, e novas ocupações surgem nos
7	diversos campos do saber. Afinal, já pensou em ser um <i>especialista em</i>
8	<i>hiperpersonalização da experiência de funcionários em uma empresa</i> ? Acredite, essa
9	profissão já existe. Pensando nisso, nasceu O Futuro do Trampo. Uma série com
10	conteúdos relevantes e descontraídos para ajudar você a escolher os caminhos
11	profissionais que mais combinam com as suas ideias sobre trabalho.

Neste exemplo está evidenciado não só alguns dos objetivos da campanha como também o público-alvo ao qual se dirige. Informa sobre as possibilidades de carreira em diferentes áreas de atuação profissional para jovens, sobretudo aqueles que são universitários, em um mercado de trabalho dinâmico repleto de oportunidades. Evidenciamos a qualificação do programa O futuro do trampo como relevante e descontraído (l. 10), um produto atraente para a figura do jovem responsável e preocupado com o momento de encaixar-se no mundo do trabalho, mas que, ainda não adulto, quer se divertir e consumir conteúdos sem um tom professoral e puramente técnico.

Ainda nesse enunciado, o locutor trata sobre o cartão BB universitários, evidenciando um produto oferecido pelo banco ao público-alvo da campanha:

1	Para você que já está na universidade, outra superdica é a BB Conta Universitária:
2	100% digital, simples e descomplicada.
3	Sabe do melhor? Não precisa comprovar renda. Também é possível fazer tudo pelo
4	App BB, ganhando tempo para aproveitar a sua vida de estudante e planejar o seu
5	futuro profissional. Você ainda tem direito a um cartão de crédito internacional com
6	um bom limite de até R\$ 1.500.
7	E aí, curtiu o conteúdo? Então aproveite e compartilhe com os amigos.
8	E, na sua opinião, quais serão os principais desafios na área da saúde para os
9	próximos anos? Deixe sua resposta nos comentários

Ainda que todas as chamadas para os vídeos do Futuro do Trampo apresentem-no como um programa, a finalização do post de promoção indica o tom de publicidade que o permeia. De outra forma, enquanto fala para os jovens, há publicização do cartão do banco do Brasil direcionado para esses possíveis clientes como oportunidade de estarem seguros neste futuro do trabalho que é um futuro de responsabilidade financeira com a renda. Esse jovem que está em transição de uma vida infantil para a adulta, novamente é mencionado, como aquele que estuda, mas também quer “aproveitar a vida” (l. 4). Toda a publicação está permeada pela referência ao mundo digital, em uma contemporaneidade marcada pelo trabalho online, no qual os meios tecnológicos são tomados pelas grandes empresas e os trabalhadores utilizam computadores e celulares para exercerem parte ou a totalidade de suas profissões.

Nas mídias digitais, em especial o X⁵⁶, outro conteúdo foi publicado. Um vídeo de 15 segundos se inicia com o desenho de uma figura humana sobre um fundo azul. A caracterização desta figura faz referência a uma imagem jovial e “descolada” com chapéu, óculos e brinco. Como a maioria dos conteúdos publicados em mídias digitais, o vídeo acompanha uma descrição:

Figura 8: início do vídeo-chamada para o programa "O futuro do trampo"



Fonte: perfil do BB na mídia Social X em 3 de jan de 2021

A postagem foi lançada 5 dias antes da publicação do vídeo oficial no Youtube. A descrição reitera o substantivo “trampo”, que é uma gíria para trabalho fortemente utilizada

⁵⁶ Em 27 de outubro de 2022, o multibilionário Elon Musk comprou a plataforma *Twitter*, mudando seu nome para “X” 24 de julho de 2023.

nos grandes centros urbanos⁵⁷. Novamente a figura do jovem contemporâneo é representada pelo estilo discursivo, como forma de prospectá-lo aos seguidores do perfil do Banco do Brasil no X enquanto uma chamada, um aviso direto de que o conteúdo é para ele. Em outros termos, a descrição indica “jovens que possam entrar em contato com este post, fiquem atentos pois nos próximos dias lançaremos um vídeo falando sobre trabalho para vocês, se inscrevam no nosso canal do Youtube para não perder”.

Em 0:01 a palavra “vamos” aparece em fonte grande e distribuída ao longo do enquadramento ao lado da figura vista na imagem anterior. Em 0:04 a imagem muda para a representação de uma adolescente branca e loira, com olhos e sobrancelhas azuis, sobre fundo amarelo ao lado da palavra “começar” com as mesmas características da palavra “vamos”:

Figura 9: vídeo-chamada na mídia digital X do Banco do Brasil: pausada em 00:04



Fonte: perfil do BB na mídia Social X em 3 de jan de 2021

Enquanto na primeira imagem há uma representação de uma jovem “descolada” que traz na sua identidade visual a presença de acessórios e maquiagem bem mais parente, na segunda a jovem tem uma aparência mais natural sem acessórios e pouca maquiagem. Entendemos que o locutor constrói uma tentativa de diversidade entre identidades contemporâneas, mostrando que a campanha se direciona a todos os jovens que mantêm em comum o aspecto fase de vida (entre necessidades de diversão e a preocupação com o futuro profissional). Essa junção entre as jovens que têm personalidades distintas, mas que mantêm em comum o momento de vida fica evidente no próximo enquadramento onde estas figuras se fundem:

⁵⁷ O termo também pode significar fazer “pichação/graffiti: “vou colocar meu trampo na rua”, “fazer um trampo naquela parede”” (Dantas, 2018, p. 53).

Figura 10: vídeo-chamada na mídia digital X do Banco do Brasil: pausada em 00:09

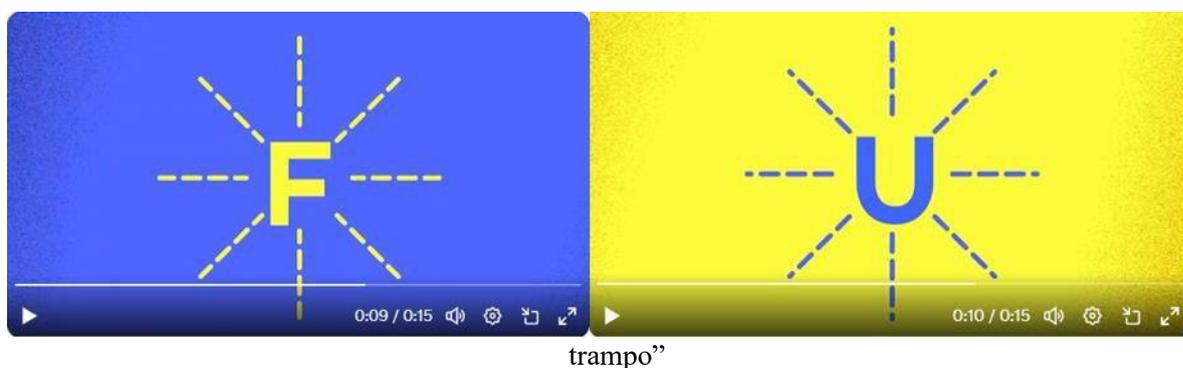


Fonte: perfil do BB na mídia Social X em 3 de jan de 2021

Esta referida imagem aparece após o enunciado verbal “vamos começar uma conversa com você” e evidencia a construção da diversidade de identidades dos jovens na sociedade contemporânea, unidos pelo mesmo momento de trajetória acadêmica e aproximação da vida profissional. Em outros termos, jovens que estão sob a condição primordial de serem trabalhadores.

Após a fusão das jovens, há um frame para cada letra da palavra “futuro” destacada como o centro de um desenho em setas que formam um sol, as letras e o fundo alternam entre as cores azul e amarelo. Por fim, é anunciado o nome do programa “O futuro do trampo” em azul sobre o fundo amarelo.

Figura 11: Letras estilizadas do vídeo-chamada do programa “O futuro do



trampo”

Fonte: perfil do BB na mídia Social X em 3 de jan de 2021

Outro produto publicado como forma de anunciar a campanha são os vídeos curtos postados no Youtube antes da postagem do programa na íntegra, produtos que geralmente são inclusos na ferramenta *Youtube Adsense*. A divulgação relativa ao primeiro episódio é um vídeo curto de 1 minuto, formado por cortes do vídeo original editados em uma estrutura cronológica. Ele é composto por uma apresentação do entrevistador e das entrevistadas seguida por parte de suas respostas sobre a questão do futuro do trabalho na área da saúde. Outra diferença consiste na presença da chamada “Assista ao episódio completo em youtube.com.br/bancodobrasil” no final, escrito em azul e localizado abaixo do logo da empresa na mesma cor, sobre um fundo amarelo brilhante.

Embora a fonte dos conteúdos seja a mesma interação entre entrevistador e entrevistadas, temos dois enunciados configurados em diferentes gêneros do discurso, com distintos contextos de produção (edição), circulação e recepção. A partir disso, ressaltamos que o episódio é um enunciado cujo locutor é o BB ou o time de edição, ainda que seja composto pela simulação de diálogo entre os seus personagens.

O vídeo chamada foi postado em maio de 2022, o que nos faz entender que o episódio “O futuro da saúde” foi retirado e repostado posteriormente no canal do Banco do Brasil no Youtube.

Figura 12: vídeo-chamada para o canal Banco do Brasil no Youtube



Fonte: vídeo postado em 9 de Maio de 2022.

O primeiro episódio “O futuro do trampo – Ep.01 - o futuro da saúde” tem um tempo de 15min e 44seg, nele o apresentador Davi Braga entrevista a médica Monalisa Nunes e a psicóloga Débora Lazzarini sobre as tendências para a atuação profissional nessa área. O vídeo, como já dito anteriormente, tem como público alvo os estudantes do curso de medicina

ou aqueles que pensam em entrar nele. Entretanto se projeta em menor grau enquanto um conteúdo informativo para a sociedade brasileira, pretendendo a instauração de uma imagem positiva sobre a empresa. O roteiro do vídeo segue uma determinada ordem indicada pela própria empresa: introdução, o que vai rolar no futuro da nossa saúde? Você fez um TED? Você fez um podcast durante a quarentena? A multidisciplinariedade na área da saúde, Como gerenciar a saúde financeira? Dicas finais.

Figura 13: Organização do episódio pela empresa



Fonte: Banco do Brasil no Youtube

A divisão organizada pela empresa não indica as subseções e perguntas feitas nelas. No geral, o programa segue uma organização simples com uma estrutura de entrevista, o apresentador inicia cada sessão com perguntas e profissionais respondem uma após a outra o seu ponto de vista sobre o tópico abordado (este roteiro sugere a ordem de textos acadêmicos com introdução, desenvolvimento e considerações finais). Entretanto, há dois momentos específicos que se repetem nos outros episódios: o momento “fala estudante”, no qual graduandos nas áreas temáticas do programa fazem perguntas aos entrevistados em vez de Davi Braga; e o momento “me convença” no qual os entrevistados devem “vender” suas áreas ao público em 30 segundos.

De forma a expor uma organização mais completa, fizemos uma esquematização do roteiro da propaganda com o nome das sessões, as perguntas feitas pelo entrevistador e a minutagem em que ocorrem tais ações:

Tabela 3: Esquematização de roteiro do vídeo “O Futuro do Trampo – Ep. 01 - O futuro da Saúde”

Seção	Conteúdo	Minutagem
Introdução	Apresentação dos participantes e do objetivo do "programa".	00:00 – 1:24
Pergunta bomba	O que vai mudar no futuro da saúde?	01:25-02:32
Olhando pra frente	O que mudou na visão das entrevistadas na comparação entre época da faculdade e	02:33-04:31

	mercado de trabalho; Como se enxergam daqui em 10 anos?";	
Imaginários de sucesso	Pedido para que Monalisa comente sobre o TEDx que apresentado durante a pandemia	04:32-06:01
Novas plataformas	Pergunta pra Débora sobre o <i>podcast</i> que ela fez durante quarentena; Importância das plataformas no contexto pandêmico; Discussão sobre saúde mental.	06:02-07:55
Fala estudante!	Estudantes de enfermagem e medicina fazem pergunta sobre multidisciplinaridade na saúde e saúde dos médicos.	07:56-11:32
Mudando de assunto	Pergunta sobre empreendedorismo, como as médicas se “organizam com esse assunto” e dicas para quem está começando agora na área da saúde e os que já atuam profissionalmente	11:33-13:12
Momento me convença	Pergunta se as profissionais conseguem vender suas profissões, se conseguem convencer alguém para entrar nessa área.	13:13-15:23
Finalização	Considerações finais de Davi	15:24-15:44

Fonte do vídeo na íntegra: <https://www.youtube.com/watch?v=LxArOz6rank&t=538s>

3.3.1 OS PERSONAGENS DO VÍDEO “O FUTURO DA SAÚDE”

Na busca pela compreensão dos discursos proferidos na campanha “o futuro do trampo”, achamos necessários abordar brevemente quem são seus participantes, principalmente seu trabalho com a internet porque justificam em parte a sua participação em um programa que se dedica a explorar o futuro cada vez mais tecnológico no mundo do trabalho.

O apresentador Davi Braga fala brevemente na campanha sobre ter sido a pessoa mais jovem a fazer um TedTalk no Brasil. A referida palestra ocorreu em 2015 quando, aos 14 anos e sob a alcunha “Davizinho Braga”, o então adolescente fez uma apresentação de 07min sobre os segredos para a felicidade. Acreditamos que esta materialidade se apresenta como uma boa oportunidade de entender a identidade midiática contruída em torno da figura de Davi Braga.

Nos primeiros segundos ele se apresenta “E aí, pessoal. Tudo certo? Meu nome é Davi Braga, eu tenho 14 anos sou inspirador e eu sou empreendedor”. Durante a apresentação, o jovem carrega uma caixa e diz que ela contém “segredos” de sua felicidade. Em seguida, retira folhas A4 com palavras grandes escritas e as pendura em um varal, estes segredos são

“família”, “vontade”, “raciocínio”, “coragem”, “sonhos” e “objetividade” (em ordem de retirada da caixa).

Na descrição, uma extensa introdução introduz o vídeo e o palestrante:

Onde está o X da questão? Nesta palestra vemos importância de não permitir os problemas da vida nos impedirem e descobrimos os segredos da felicidade [...] Um jovem empreendedor desde que se entende por gente. Desenvolveu e criou todas as suas empreitadas empreendedoras sozinho, com seu próprio esforço. Mas... é uma criança normal — ligado e antenado em negócios, vendas e empreendedorismo — mas normal! Seu último negócio, uma StartUp de Listas de Material Escolar, lhe deu a fama nacional. Sua responsabilidade aumentou ao se tornar referência e exemplo para crianças e jovens do Brasil e por isso, aceitou vir aqui compartilhar suas aventuras empreendedoras, ou melhor, sua diversão empreendedora (TEDx Talks, 2015).

Sobre o tópico família, ele fala de seus irmãos e destaca sua irmã Maria que faz cupcakes e bolos pra vender na escola, além de ser sua parceira em uma de suas “empreitadas empreendedoras”. Sobre si, nesta relação, diz que preferiu “alçar voos maiores” em referência a sair da zona de conforto e procurar crescer neste meio empreendedor.

Sobre o tópico “vontade”, Davi diz que a iniciativa precisa partir de si mesmo. Para completar sua linha de raciocínio, relata que a inspiração de empreender veio de seus pais, professores e mentores, mas a motivação partiu de um contexto individual. Esta fala reforça as dinâmicas já explicitadas nos capítulos anteriores: do ser-empresa que se diferencia dos outros em um jogo competitivo e da autorresponsabilidade pela transição entre um estado menos produtivo para um mais produtivo, a possibilidade de superação deste *status* ocorreria, dentre outros aspectos, pela vontade individual.

A terceira folha a ser pendurada no varal estampa em letras grandes o vocábulo “raciocínio”. Davi diz que “nós, seres humanos, já nascemos com o melhor aplicativo do mundo instalado em nosso corpo: o nosso cérebro. Com ele, nós temos acesso à criatividade infinita” e complementa que somos os únicos animais racionais no planeta, mas “estamos fadados a ficar atrás de uma mesa, praticando trabalhos chatos e repetitivos”. Em seguida, alerta que está não é a única opção de atividade profissional, mas que “o sistema quer que você acredite nisso” (o mercado, seus pais, seus professores, a TV, a internet).

Davi está fazendo referência a capacidade de empreender em detrimento ao emprego fixo, alertando que vivemos uma cultura que demanda um “seguir a ordem” e que naquele ano o país vivia “o maior índice de desemprego dos últimos cinco anos”, mas que as oportunidades de crescimento estão no mundo do empreendimento permissivo de uma posição ativa do sujeito. No contexto da apresentação, o palestrante faz uma distinção entre trabalhar para alguém e um

relativo trabalhar para si mesmo, coletiviza a sociedade que vive o *status quo* e responsabiliza o trabalhador pelas condições precárias que recaem sobre si.

A valorização da individualização e do mérito são evidenciados na próxima folha, que estampa “coragem”. Davi inicia falando que sobre ter recebido uma educação empreendedora: “Eu nunca recebi mesada, eu nunca... Lá em casa, a educação sempre foi através de meritocracia [...] com a educação empreendedora eu descobri que havia vários possíveis caminhos para se ganhar a vida, além de procurar emprego fixo”. Davi fala positivamente sobre uma educação para o empreendimento, que ensina sobre mérito e esforço e concede a ela o *insight* para superar a lógica imposta pelo sistema.

Em seguida completa “Eu quero não me incomodar em levantar todo dia sem ter um emprego fixo. Eu quero ganhar dinheiro com o que eu gosto de fazer. Eu quero administrar variáveis, família, amigos, sonhos, fracasso, sucesso”. Neste trecho evidencia-se novamente não só a extensão da lógica empresarial aos outros setores da vida, mas também a mobilização da linguagem na signos ideológicos que refletem e refratam valores de liberdade, felicidade, bem-estar.

No penúltimo segredo “sonhos”, Davizinho relata que acorda todos os dias e percebe que não realizou todos os sonhos que tinha no dia anterior, mas que acorda com novos. Tal fluxo é indicado como motor para o empreendedor, que o motiva a “trabalhar feito louco”. Essa curta explanação advém no sentido de demonstrar a dinâmica entre falhas e sucessos na vida de quem empreende, concedendo relevância ao continuar acreditando.

Por fim, com objetividade, Davi conta uma história relativa à Alice no País das Maravilhas:

A Alice, ela corre atrás dum coelho e cai em um país desconhecido. Chegando lá, ela encontra um gato e pergunta ao gato: “Para onde essa estrada leva? Estou perdida”. E o gato responde: “Depende. Para onde você quer ir?” E ela fala: “Não sei. Estou perdida”, novamente. E o gato fala: “Se você não sabe aonde ir, qualquer lugar a que chegar está bom”.

Sobre a história, Davi observa que não gostaria de ser nenhum dos três personagens pois o gato “exibe um sorriso falso e malicioso”, o coelho “corre dum lado para o outro com um relógio na mão, mas chega atrasado em todos os locais” e a Alice “que está desorientada”. Sua conclusão é a de que os três personagens representam os maiores ladrões de felicidade: a ignorância, o medo e a preguiça.

Esta finalização de Davi conta com a presença de um artifício literário (a fábula) para demonstrar quais são os motivos que impedem alguém de ser feliz, de iniciar sua jornada

empreendedora. Tais sentimentos, ou estados humanos, são apresentados como características racionais dos sujeitos, superáveis como que dependendo da força de vontade individual. Além disso, indica erudição do palestrante em contato com a arte, utilizada como subterfúgio para explicar uma situação real.

Em agosto de 2020, o site InvestNews fez uma reportagem sobre Davi Braga com o título “O jovem de 19 anos que já vendeu sua primeira startup por R\$ 600 mil”. A matéria faz parte de uma leva de publicações chamada “jovens investidores” que busca enaltecer figuras inspiradoras no meio empreendedor, apesar da pouca idade. Nela, Davi é apresentado como um prodígio, comprometido com o trabalho e uma rotina agitada devido “viagens de negócios, palestras sobre empreendedorismo, vida de influenciador e faculdade” (Rivas, 2020).

Gostaríamos de destacar a explanação do site sobre a família de Davi e a criação do jovem, fazendo menção a uma educação empreendedora já citada por ele na palestra “Os segredos da felicidade”. No subtítulo “sem mesada em casa”, a matéria diz que o pai de Davi é João Kleper, conhecido como o maior investidor anjo do Brasil⁵⁸, que lhe concedeu uma criação meritocrática: se quisesse algo deveria fazer uma determinada tarefa, ou comprar com seu próprio dinheiro concedido por meios que não a mesada.

A matéria explica o início do primeiro empreendimento de Davi, a startup List It, que culminou em sua participação no programa de televisão Shark Tank (no qual empreendedores apresentam propostas de negócios à grandes empresários) e sua popularidade em contexto nacional. Em um primeiro momento a reportagem explica que aos 10 anos o jovem empreendedor vendia os itens da papelaria de sua mãe para os colegas de sala, já que muitos pais dos alunos não tinham tempo para comprá-los devido a demanda constante pela escola somada à rotina ocupada dos responsáveis.

Posteriormente a autora acrescenta que

Aos 13 anos, chegou a oportunidade de Davi colocar em prática os aprendizados. Ele percebeu que o problema dos materiais escolares persistia e se intensificava quando começava o semestre nas escolas. *Enquanto os pais viviam aquele “parto” para encontrar cada material solicitado nas listas, Davi decidiu criar uma startup que fizesse o trabalho por eles*, uma espécie de *marketplace*. Foi quando nasceu a List it, que fazia o trabalho pesado pelos pais e levava o material escolar até a porta de cada cliente. (Rivas, 2020, grifos da autora).

⁵⁸ O Investidor Anjo usualmente é um empresário, empreendedor ou executivo que já trilhou uma carreira de sucesso, acumulando recursos suficientes para alocar uma parte (em geral entre 5% a 10% do seu patrimônio) para investir em novas empresas, bem como aplicar sua experiência apoiando a empresa. Diferentemente que muitos imaginam, o Investidor Anjo normalmente não é detentor de grandes fortunas. (site Anjos do Brasil, 2023).

A partir da popularização nacional pela participação no programa e no mundo do empreendimento pela venda da List It por R\$ 600.000, bem como pela figura influente do pai, Davi lançou o livro “Empreender grande, desde pequeno” (2017) que tem a seguinte descrição disponibilizada pelo site de vendas da Amazon (2017)⁵⁹:

Ele tem 16 anos e já é referência para jovens e adultos que querem empreender. Conheça a jornada de Davi Braga, ou Davizinho, o jovem empreendedor que aos 13 anos criou sua primeira start-up e agora quer que você também crie sua própria empresa. O que você está esperando? “Empreender grande, desde pequeno” está cheio de casos interessantes, empreitadas à frente de negócios e, claro, insights para você que, como Davi, encara o empreendedorismo como um estilo de vida.

A descrição retoma a trajetória de Davi pelo sucesso de sua primeira start-up e que ele é um modelo para outros jovens e ainda adultos, uma imagem inspiradora de vitória e conquista. De forma propagandista, busca engendrar um sonho do consumidor (criar sua própria empresa) e aponta o livro (com casos interessantes, empreitadas superadas e insights) como meio para alcançar esse sonho. O livro busca, dessa forma, contribuir àqueles que também são empreendedores ou que adotaram o empreendedorismo como um estilo de vida.

Na seara da juventude, Davi busca destacar seu diferencial em um universo midiático, por ser alguém que seguiu um estilo de vida empreendedor (através de uma educação meritocrática e “antissistema” em casa), provando assim a possibilidade de geração de lucro para além da vida de trabalho assalariado impossibilitada por lei à menores de idade (salvo algumas exceções como estágio e jovem-aprendiz). O jovem se pretende um modelo para outros jovens, por ter iniciativa e gerar lucro por fora das leis trabalhistas e de educação.

Trazemos um trecho da descrição de outro livro chamado “Superpotencial: Descubra o caminho para usar o máximo da sua capacidade e impacte o mundo sendo muito pago por isso”, publicado por Davi em 2023, pois indica quais seriam esses itens importante ao estilo de vida empreendedor:

Davi Braga acredita que todas as pessoas, independentemente da posição ou função que ocupam, têm a capacidade de atingir seu potencial máximo. Com esta obra, o autor deseja transmitir lições capazes de transformar toda a sua vida pessoal e a sua carreira, basta ver-se como alguém singular. Aqui, você vai aprender a: Viver uma vida que faz sentido ser vivida; Tornar-se protagonista da sua própria vida e história; Ganhar dinheiro fazendo o que gosta; Otimizar sua jornada e ter resultados maiores que seu esforço; Antecipar os obstáculos e reconhecer seus aliados; Aprender a viver o seu superpotencial. E muito mais! (Amazon, 2023)⁶⁰

⁵⁹ Link para o site: <https://www.amazon.com.br/Empreender-Grande-Desde-Pequeno-Braga/dp/8593156258>

⁶⁰ Link para a página: <https://www.amazon.com.br/Superpotencial-Descubra-caminho-capacidade-impacte/dp/655544150X>

Esta segunda obra que também se pretende instrutiva aos empreendedores, demonstra um Davi mais maduro e experiente no mundo dos negócios, com ciência sobre aspectos fundamentais que rondam este estilo de vida como o protagonismo, ganho e controle de renda, prazer e atuação profissional, estabelecimento de conexões com aliados ou parceiros de negócios, etc.

A indicação deste estilo de vida (pelo “viver seu superpotencial”) representa a modificação das subjetividades no Estado neoliberal pelo discurso na contemporaneidade, de forma que todos podem ser encarados como empreendedores desde que sigam uma série de critérios como investimento em diferentes áreas da vida para desenvolvimento pessoal, geração de lucro partindo de oportunidades e os demais itens listados na descrição da obra, ainda que estes sujeitos sejam assalariados, pertencentes às classes sociais mais baixas ou crianças e adolescentes.

Esse discurso implica a disseminação da cultura empresarial das classes superiores como solução para o bem-estar social, manobra que está no centro do neoliberalismo enquanto movimento ideológico. Por isso, retomamos a obra de Harvey (2014) quando trata dos agentes culturais que ficaram de fora do mercado ou dele foram expulsos, de forma que as camadas mais vulneráveis da sociedade não conseguiram se adaptar à essa cultura (ou estilo de vida) e o trabalho fora flexibilizado de forma cada vez mais acentuada.

A palestra de Davi e os livros de Davi fornecem pistas sobre os agentes do discurso neoliberal de auto responsabilidade do indivíduo pelo desemprego ou pouca renda, pela transição entre um estado menos lucrativo para um mais lucrativo (como os ordoliberais imprimem valorações sobre a assistência social na garantia de pleno emprego). O discurso de motivação à cultura empresarial está associado com a educação neoliberal, focalizada nessa valorização positiva da meritocracia, de recompensas em troca de tarefas feitas, da injunção à competitividade em todos os ambientes.

Atualmente Davi tem mais de 500 mil seguidores na mídia social Instagram e faz posts voltados aos empreendedores, com dicas e discursos de motivação. Na descrição do perfil destaca “Empresário, CEO da RealDeal (24 empresas), ForbesUnder30, escritor de 2 livros mais vendidos e apresentador do @sos.emp na JovemPan.”, promovendo uma publicização dessa persona midiática que deve ser seguida por aqueles que querem estar por dentro das novidades e conselhos do empresário de sucesso, através de sua produção de conteúdo na plataforma.

O mesmo tipo de promoção da imagem midiática para o trabalho, pelas descrições do

perfil nas mídias sociais é utilizado por Déborah Lazzarini e Monalisa Nunes, as entrevistadas no episódio “O futuro da saúde”. Ao acessar o Instagram de Déborah, configurado como público, as primeiras informações disponibilizadas são suas áreas de atuação, seu número no Conselho Regional de Psicologia (CRP), um convite aos seus serviços e um linktree. A psicóloga se apresenta aos visitantes do perfil, sinalizando que oferece serviços.

No site Tecnoblog, Teixeira (2021) diz que o linktree é “uma ferramenta que agrupa diversos links em apenas um. O serviço é muito utilizado em marketing e ajuda empresas e influenciadores que querem divulgar seus produtos e serviços online”. Ou seja, reforça que o perfil de Déborah na mídia social é um componente para seu trabalho e ao ser acessado abre uma nova página com uma foto da profissional e os seguintes tópicos: a) precisa de atendimento? Vamos conversar; b) Quem sou eu? c) Podcast Rádio BB Seguros: Papo cabeça; d) Série O Futuro do Trampo: Saúde, parceria com Banco do Brasil; e) Playlist para Foco e Produtividade.

Estes novos links organizados por títulos trazem, respectivamente, contato do Whatsapp, painel com as experiências formativas, podcast produzida durante a pandemia na mídia social Spotify, o episódio “O futuro da saúde no Youtube” e uma playlist de músicas na mídia social Spotify.

O painel com experiências formativas e profissionais de Déborah é feito no formato flipbook pela plataforma Heyzine Flipbooks⁶¹ e informa, dentre várias informações, que Déborah atende pacientes de qualquer lugar no mundo mas tem especial carinho por trabalhar com mulheres, saúde mental e trabalho. Além disso, a psicóloga informa que produz conteúdos psicoeducativos no Instagram e atua na superintendência de Gente e Gestão da BB seguros e clinicamente com pacientes que contratam seus serviços. Por fim, informa uma série de experiências formativas das quais destacamos pós-graduação em Finanças, investimentos e Banking (com foco em economia comportamental) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS); Curso de Economia Comportamental, pela InBehavior Lab; Formação de Colaboradores em Recrutamentos e Seleção, pelo Banco do Brasil.

Evidencia-se, com estas informações, a importância das mídias na realidade profissional de parcela dos trabalhadores brasileiros. As informações disponíveis nessa plataforma complementam a série de postagens informativas no perfil, descritas pela psicóloga como psicoeducativas, culminando em criação de conteúdo enquanto atividade econômica. A informatividade demonstra a criação do que estamos chamando de persona

⁶¹ O material está disponibilizado publicamente em: <https://heyzine.com/flip-book/2a4fa6c73b.html#page/1>

mediática, a imagem engendrada por figuras que se pretendem influentes na internet como maneira de criar oportunidades de renda.

Enquanto isso, Monalisa Nunes informa abertamente no perfil do Instagram (com mais de 290 mil seguidores) sua persona midiática enquanto figura pública, além das informações médica, Founder da clínica Dermavegan, 2 vezes palestrante de TEDX e sua produção de conteúdo voltada à skincare descomplicado e “Beleza cruelty free” (sem indicações de produtos testados em animais) e vegana. Por fim há um e-mail para contato e um linktree. Seu perfil é mais voltado para produção de conteúdo e influência digital em comparação aos outros participantes do episódio, com posts não só educativos mas de igual forma os reacts, estilo de vida, publicidade de produtos.

O linktree disponível tem dois itens apenas, “Agende sua consulta comigo” e “curso manual do Medcreator”. O segundo leva para um curso online disponível na plataforma Hotmart⁶², que promete capacitar o comprador a produzir conteúdo médico na internet do nível iniciante ao avançado através de produção de imagens e vídeos, escolha de nicho, roteirização e empreendimento com as mídias digitais.

A descrição do curso evidencia a criação de uma marca pelo empreendedor, configurando mais um trabalho de marketing digital do que de fato com a medicina. Dentre os tópicos abordados pelo curso destacamos “Construindo sua marca: nicho, público alvo e persona”, “Como construir sua persona”, “Entendendo cada rede social”, “Como monetizar suas redes” e “empreendedorismo na medicina”⁶³. A criação da persona midiática é destacada como um ponto de partida, a imagem ou modelo de inspiração que será vendido ao cliente em potencial e os outros tópicos preconizam uma atuação não clínica, administrativa e publicitária.

A classificação *medcreator* (médico e criador de conteúdo) nos chama atenção por indicar estas novas configurações de trabalho possíveis para aqueles formados em diferentes áreas do conhecimento, associando a formação acadêmica específica com produção de conteúdo para as mídias digitais. As plataformas online têm um interesse primordialmente comercial através da retirada (ou enfraquecimento) nos limites mais ou menos delineados entre perfil pessoal e profissional. O criador de conteúdo, com um espírito empreendedor, vende

⁶² A *Hotmart* é uma plataforma que comporta vídeos de cursos disponibilizados nas redes sociais. Para adquirir e consumir esse produto, o comprador precisa acessar a página de vendas do produto desejado e clicar no botão **Comprar**; preencher informações solicitadas na página de pagamentos e efetuar a compra; e apertar no *link* de acesso ao produto comprado enviado pela empresa no e-mail, aquele informado no ato de compra. (*Hotmart*, 2024).

⁶³ Link para página de apresentação do curso: <https://hotmart.com/pt-br/marketplace/produtos/manual-do-medcreator/F70897025N>.

serviços e produtos em conjunto com sua imagem que se pretende inspiradora, um modelo a se seguir.

Devido esse breve panorama da trajetória do apresentador Davi Braga e dos perfis no Instagram das entrevistadas, acreditamos que no episódio “O futuro do trampo” os sentidos engendrados possuíram relações com o aspecto da influência digital e utilização de plataformas para captação de possíveis clientes ou parceiros de negócios, considerando as construções das personas midiáticas dos personagens do programa e seus meios para obtenção de público e renda.

3.4 ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS PARA A ANÁLISE

A análise dialógica do discurso é um campo de estudos fundado nos pressupostos teóricos-metodológicos formulados na tradição de estudos do Círculo e seus autores mais conhecidos: Mikhail Bakhtin (1895-1975), Pavel Medvedev (1892-1938) e Valentin Volóchinov (1895-1936). A leitura contemporânea de seus textos foi a chave para o início das análises, na academia, de diferentes materialidades que rondam pelo espaço sociohistórico.

Na obra *Problemas da Poética de Dostoévski* (Bakhtin, 2005), o filósofo disserta a cerca dos princípios pelos quais analisará o discurso nas obras do romancista, afirmando que partirá de aspectos que superam as análises linguísticas da época, trabalhando sob critérios chamado por ele de metalinguísticos

Temos em vista o discurso, ou seja, a língua em sua integridade concreta e viva e não a língua como objeto específico da linguística, obtida por meio de uma abstração absolutamente legítima e necessária de alguns aspectos da vida concreta do discurso. Mas são justamente estes aspectos abstraídos pela linguística, os que têm importância primordial para os nossos fins [...] A linguística e a metalinguística estudam um mesmo fenômeno concreto, muito complexo e multifacetado – o discurso, mas estudam sob diferentes aspectos e diferentes ângulos de visão (Bakhtin, 2005, p. 181).

A partir da separação destes dois campos, Bakhtin aponta certos acontecimentos na linguagem que só podem ser analisados pela metalinguística como, por exemplo, os ângulos dialógicos de confronto entre dois ou mais discursos em uma obra literária. O entendimento das relações dialógicas na linguagem de forma geral (focalizada com base em diferentes práticas sociais) só poderia ser concretizado neste outro campo pois necessita de conhecimentos que vão além da abstração da língua em descrições de categorias formais, funções estruturais de sintagmas na construção de uma oração, realização fisiológica do som

pelo aparelho fonador etc.

A perspectiva bakhtiniana é evidenciada pela separação que o autor faz entre as relações dialógicas e as concreto-semânticas, estas últimas “devem-se personificar na linguagem, tornar-se enunciados, converter-se em posições de diferentes sujeitos expressas na linguagem para que entre elas possam surgir relações dialógicas (Bakhtin, 2005, p. 182). Fora disso, dos enunciados proferidos por sujeitos que procuram estabelecer inter-relação, qualquer frase, oração ou período pode apenas possuir um significado mais superficial e não algum sentido especificamente direcionado para determinado fim.

Em tese, uma análise puramente linguística não poderia distinguir dois juízos com significado (ou conteúdo semântico-objetual) inverso como “a vida é boa” e “a vida não é boa” além de uma relação lógica de contrariedade, ou dois juízos similares como “a vida é boa” e “a vida é boa”, além de uma relação lógica de igualdade. A teoria dialógica, por sua vez, prevê que tais juízos se convertam em ditos de sujeitos responsivos e responsáveis que sempre redirecionam sentidos no processo de interação por meio da palavra. Invertendo a situação, tais juízos não podem ser compreendidos por completo sem levar em conta seu conteúdo semântico mais básico, as relações entre sintagmas em uma estrutura sintática para que ela seja inteligível, formas usuais da língua alicerçado no sistema linguístico. Os campos “Devem completar-se mutuamente e não fundir-se”. (Bakhtin, 2005, p. 181).

A ADD acaba por estudar tanto o discurso quanto a língua, concentrando-se ao que vai além dela como, por exemplo, o uso da linguagem no discurso, a enunciação e a interação como lugar em que nasce o sentido, concebendo uma translinguística - incorpora seu próprio objeto na linguística, ainda que ele não seja o enfoque dessa disciplina. (Sobral; Giacomelli, 2016, p. 1091).

A obra *Marxismo e filosofia da linguagem*, segundo Brait (2008), tem um contexto de recepção que ofereceu uma nova via para os estudos da linguagem em relação ao estruturalismo e a estilística clássica. A autora acrescenta que essa inovação foi possível pela associação entre linguagem, historicidade, sujeitos e o plano social que podem ser representados na concepção do signo ideológico, por exemplo, já que permite a consonância do mundo das ideias com a realidade material fundada e eminentemente coletiva. Não há compreensão simbólica, valores de mundo, posições axiológicas do sujeito ou ideologia sem o signo e não existe signo sem sua parte imaterial que alcança realidades fora de sua função mais imediata.

Nesta obra, Volóchinov (2021) aponta que o signo surge entre dois indivíduos

socialmente organizados, então suas formas são condicionadas pela organização social e as condições mais próximas de interação. Isolar o signo de seu contexto seria como retirar o solo que o nutre, sendo essencial para a ciência das ideologias acompanhar a vida social desse signo: como se insere em diferentes contextos, sua relação nas esferas da atividade humana, o que reflete e refrata sob os limites de determinados horizontes sociais, etc.

Para investigar e compreender esta inter-relação entre o signo e a existência, o autor pressupõe as seguintes exigências metodológicas:

1) Não se pode isolar a ideologia da realidade material do signo (ao inseri-la na “consciência” ou em outros campos instáveis e imprecisos); 2) Não se pode isolar o signo das formas concretas da comunicação social (pois o signo é uma parte da comunicação social organizada e não existe, como tal, fora dela, pois se tornaria um simples objeto físico); 3) Não se pode isolar a comunicação e suas formas da base material (Volóchinov, 2021, p. 110).

A primeira faz referência à necessidade de focalizar o signo ideológico e como se constitui enquanto um signo linguístico, sua forma tem relação com a língua nacional e o horizonte social dividido entre os falantes. Por isso, partimos sempre de uma realidade fundada em enunciado e não do discurso interior enquanto possibilidade de materialização, porque a própria consciência é organizada na e pela palavra e é fruto da convivência social e da vida verboideológica - entende-la requer partir do dado. Da mesma forma que não podemos ignorar sua parte linguística, a segunda exigência chama atenção ao fato de que o signo continua vivo pela capacidade de comunicação social organizada e por isso não pode ser desassociado dela ao ser investigado.

Por fim, a terceira exigência chama atenção para a comunicação e sua relação com a infraestrutura, isto é, as condições materiais do grupo social em que o signo se localiza porque determinam os limites de seu horizonte social e nesse contexto ganha valor social. Da relação entre base material e discurso interior é importante compreender que

o psiquismo consciente é um fato socioideológico inacessível tanto aos métodos fisiológicos quanto a quaisquer outros métodos das ciências naturais [...] os processos que em geral determinam o conteúdo do psiquismo não se realizam no organismo, mas fora dele, apesar de haver uma participação do organismo individual (Volóchinov, 2021, p. 115).

Tal orientação nos leva a compreensão de que tal psiquismo se encontra justamente no exterior do indivíduo e sempre dentro dos limites do signo, enquanto a realidade efetiva da linguagem ocorre pela interação enunciativa (configurado em determinado gênero discurso, a depender da esfera de atividade na qual se insere). Esse enunciado faz parte de uma cadeia de

discursos, aparece como um elo da comunicação discursiva e mantém relações dialógicas com discursos anteriores e possíveis réplicas futuras.

O discurso falado vivo está voltado de modo imediato e grosseiro para a futura palavra-resposta: provoca a resposta, antecipa-a e constrói-se voltado para ela. Formando-se num do já dito, o discurso é ao mesmo tempo determinado pelo ainda não dito, mas que pode ser forçado e antecipado pelo discurso responsivo. Assim acontece em qualquer diálogo vivo. (Bakhtin, 2015, p. 54).

Para nossa pesquisa, esse princípio implica encarar o objeto escolhido sob duas dimensões: estabelecer relações dialógicas com outros discursos de responsabilidade da mesma empresa (Banco do Brasil) e com discursos empresariais/empreendedores/institucionais que rondam a coletividade social brasileira. Precisamos refletir que qualquer materialidade que ronda o espaço social responde (corroborar, critica, aprecia, confirma, protesta...) a outros discursos, tais relações podem ser evidenciadas apenas levando em conta a situação extraverbal concreta mais próxima, acompanhada por atos de caráter não discursivo (atos do trabalho, atos familiares, atos de rito religioso, atos da escola...).

Então quando há ênfase em algum tópico abordado pelos personagens, fazemos uma pesquisa por sites, blogs, canais do Youtube e outros portais cujo o público-alvo são sujeitos entusiastas de um estilo de vida empreendedor. Incluímos a valoração positiva da esfera empresarial sobre estes tópicos, esperamos encontrar discursos que se pretendem educativos e/ou motivadores.

Nossa análise dialógica do episódio “O futuro da saúde” olha para estes aspectos contextuais de produção, circulação e recepção explorados durante a contextualização do objeto. Assim, levamos em conta a atual tendência de criação de conteúdo para o canal do BB no Youtube e outras mídias digitais quando houve a reestruturação do setor publicitário da empresa, bem como as modificações institucionais do BB como um todo desde os anos 90 e a propagação de uma imagem de progresso e desenvolvimento social aos clientes em potencial. Por outro lado, inspecionamos o processo de divulgação do programa “O futuro do trampo” em diferentes mídias digitais, sua constituição mais geral e a escolha dos personagens Davi Braga, Monalisa Nunes e Déborah Lazzarini.

A partir desse pano de fundo que envolve o objeto, nos guiamos então pelos seguintes critérios de análise, formulados enquanto perguntas a) Como diferentes vozes sociais são tensionadas nos discursos bivocais presentes no episódio “O futuro da saúde”? b) De que maneira as vozes neoliberais se manifestam nesse contexto e como se caracterizam? c) Quais

sentidos são direcionados ao público pela empresa através de diferentes enfoques às interações entre os personagens do vídeo? d) Como a bivocalização da palavra do outro ressoa aspectos sobre o trabalho, autonomia e subjetividade no episódio? e) Como os personagens do vídeo e o banco (através da edição) instauram o discurso propagandista no vídeo?

Sobre os sentidos engendrados no enunciado, preconizamos que eles podem estar mais ou menos destacados na tessitura discursiva, muitas vezes nas “entrelinhas”. Nesse momento é relevante ressaltar que a análise é também uma relação de alteridade entre analista e os sujeitos pois

Se o ato prevê os momentos eu-para-mim, eu-para-o-outro e outro-para-mim, o sentido é debitário da vinculação responsiva eu-outro; se o sentido é sempre material e ideologicamente encarnado, o enunciado objetiva as relações de alteridade entre sujeitos enquanto momentos concretos do diálogo produtor desentidos (Moll; Di fanti, 2022, p.11)

Ou seja, não procuramos negar nossa posição ativa em relação ao objeto visado, já que compreendemos alguma dimensão contextual mais ou menos precisa que o envolve e o nutre enquanto unidade da comunicação discursiva, tanto pela nossa vivência social e conseqüente contato contínuo com o discurso neoliberal presente nas esferas de atividade que percorremos, quanto pela pesquisa teórica desenvolvida para o trabalho. Na instauração de uma relação dialógica com o objeto sentimos o dixi que marca a conclusibilidade dos enunciados produzidos pelos personagens do vídeo, ainda que seu conteúdo temático não possa se exaurir por completo.

Selecionamos partes específicas do vídeo para aplicação das categorias depois de assisti-lo diversas vezes, isso ocorreu por acharmos que uma análise integral do vídeo implicaria uma investigação de determinadas questões irrelevantes ao nosso recorte teórico-metodológico como, por exemplo, multidisciplinariedade dentro da área de medicina para tratamento de um paciente, a importância da atenção à saúde do médico, importância da saúde mental, exposição por Monalisa sobre seu TEDx TALK produzido durante a pandemia, exposição por Déborah sobre seu podcast produzido durante a pandemia.

Com isso, não estamos querendo sinalizar que o vídeo é constituído por partes independentes e ajustadas umas às outras sem um critério, na verdade o episódio é um todo de sentido. Entretanto, achamos mais pertinente aos nossos objetivos a seleção de algumas de suas partes por tratarem com maior vigor sobre o trabalho do profissional da saúde no futuro, o sucesso do indivíduo e a saúde financeira.

As seções destacadas, em ordem, são introdução, pergunta bomba, olhando pra frente, mudando de assunto e momento me convença – contabilizando 8 minutos e 46 segundos do

vídeo - majoritariamente compostas por apenas uma pergunta de Davi e uma resposta por cada uma das profissionais (em alguns casos apenas uma delas responde). Pretendemos dividi-las em dois conjuntos na nossa seção de análise, separados no próprio vídeo pelas seções que descartamos: “imaginário de sucesso”, “novas plataformas” e “fala estudante”.

Buscamos aplicar as categorias seguindo a cronologia do episódio, mas compreendendo que inferências entre suas diferentes partes são mais ou menos necessárias para um entendimento mais completo desse ou aquele enunciado. Ou seja, ainda que sigamos um roteiro metodológico, as nossas percepções sobre o discurso em foco não são estanques pois entendemos que o qualquer produção enunciativa é influenciada pelos ditos anteriores estabelecidos ali em um contexto de interação, bem como expecta uma gama de possíveis respostas futuras.

A transcrição da semiose oral seguirá predominantemente a legenda do episódio disponibilizada pelo próprio banco, incluída pela edição devido a política de acessibilidade do BB para pessoas surdas. Os episódios contam predominantemente com perguntas de Davi para as profissionais da área da saúde, seguindo a estrutura: pergunta-resposta-resposta.

Colocaremos estes enunciados em quadros enumerados, indicando seu locutor e a minutagem do vídeo.

Sabemos que em um contexto de comunicação direta, porém, ocorrem interrupções pontuais da interlocução, reticências significativas, risos, repetição de palavras, alongamento de fonemas finais etc. Nesses casos, quando significativos, indicaremos estes recursos nos próprios quadros pela inserção de parênteses ou no corpo do texto, somado de suas implicações para produção de sentidos.

Levamos em conta que os enunciados são produzidos pela conjuntura entre elementos verbais e visuais constituídos na interação entre os personagens do vídeo, tanto pela gesticulação das mãos e expressões do rosto quanto pelas entoações em palavras ou orações específicas, ali voltados ao futuro espectador. Em outra dimensão, pensamos sobre a edição do vídeo que faz recortes desta interação entre os personagens, muda as cores da tela em determinados momentos, pausa a imagem enquanto mantém o áudio e coloca escritos, inclusive em alguns momentos estabelecendo comunicação direta com o público (personificando a voz da empresa).

Com isso nos questionamos sobre quais são as implicações destes recursos de edição para a projeção do vídeo ao espectador, considerando que há dinâmicas interativas entre os envolvidos que se voltam uns aos outros e ao público na instauração de diálogo, e que a

equipe de edição traz diferentes perspectivas, angulações e movimentos sobre essa interação gravada, recobrando estes ditos com novos sentidos. Articulamos estes princípios com as acepção de Brait (2013) sobre a importância de uma dimensão na qual linguagem verbal e visual se entrecruzam para produção de sentidos na medida em que o plano de expressão deve ser lido e visto simultaneamente.

O vídeo educativo-publicitário selecionado deve ser entendido como uma obra estética que busca constituir-se em uma arquitetura de representação da realidade, partindo de um roteiro estruturado que recai com maior ou menor intensidade sobre as produções enunciativas de seus personagens. Partimos dessa concepção inspirados no texto “metodologia das ciências humanas”, no qual Bakhtin (2011, p.399) afirma que

O autor de uma obra só está no todo da obra, não se encontra em nenhum elemento destacado desse todo, e menos ainda no conteúdo separado do todo. O auto e encontra naquele momento inseparável em que o conteúdo e a forma se fundem intimamente, e é na forma onde mais percebemos sua presença

Adaptando o pressuposto ao nosso objeto, entendemos que ao mirar o enunciado em sua completude, a referida “forma” está nos elementos visuais articulados aos verbais, estes últimos explicitados tanto pelos escritos adicionados por edição do vídeo quanto pelos ditos que surgem na representação de entrevista entre os personagens/locutores. Em um plano, objetivamos atenuar as interações internas do conteúdo publicitário (enunciados constituídos na relação entrevistador/entrevistadas) e no outro, mais amplo, entender a constituição do grande enunciado que é o vídeo postado no canal de Youtube do Banco do Brasil, incluindo seus aspectos composicionais

Para identificar os sons adicionados no fundo do vídeo utilizamos como ferramentas o Software Chazams que permite a identificação de uma música reproduzida no navegador, enquanto para imagens utilizamos o Adobe Color que permite a identificação das principais cores utilizadas em uma ilustração ou foto. No primeiro caso, entendemos que a música de fundo busca conceder tonalidade ao vídeo (música tema, trilha sonora...) e no outro, que a simulação de entrevista ocorreu à distância e digitalmente, tiraremos um print dos quadros das entrevistadas que enunciam de seus escritórios e do quadro de Davi em um cenário construído pelo próprio banco.

Com a identificação das cores nos quadros de cada participante em seus escritórios, cogitamos entender se estão associados imagetivamente com as cores da empresa, se utilizam cores mais vibrantes ou mais sóbrias. Em conjunção com a semiose oral, cremos que podem nos mostrar as posições axiológicas dos sujeitos envolvidos na comunicação em um contexto

de entrevista com profissionais experientes no ramo da saúde, para conteúdo institucional do maior banco público do país.

Em relação à exposição de figuras na seção dos resultados, compreendendo que o enunciado é constituído integralmente pela integração entre semioses verbais e visuais, buscamos fazer *prints*/capturas de tela do vídeo nos momentos nos quais a parte imagética contribui para valoração de um determinado signo ideológico ou do objeto do discurso como um todo (expressões de tristeza ao falar sobre um acontecimento, braços cruzados ou abertos etc), bem como para demonstrar os elementos trazidos pela edição.

Todas essas indicações nos levam ao nosso grande objetivo que é analisar dialogicamente a criação de sentidos em uma propaganda do Banco do Brasil, focalizando as vozes sociais que constituem esse enunciado, a relação de tensão estabelecida entre palavras dos locutores/personagens do vídeo propagandista e palavras de outros que se direcionam a múltiplas direções semânticas. Temos consciência que em contexto real, tais vozes (minhas, de outros) aparecem frequentemente emaranhadas e sem limites bem delimitados no contexto autoral, entretanto o discurso alheio sempre mantém rudimentos de sua estrutura inicial

O enunciado autoral que incorporou outro enunciado em sua composição elabora as normas sintáticas, estilísticas e composicionais para a sua assimilação parcial, para sua inclusão na unidade sintática, composicional e estilística do enunciado autoral, mantendo ao mesmo tempo, nem que seja de um modo rudimentar, a independência inicial (sintática, composicional e estilística) do enunciado alheio, sem a qual a sua integralidade seria imperceptível (Volóchinov, 2019, p.250).

O discurso do outro influencia o discurso do autor de dentro, a ideia do outro se refrata pelo discurso e determina seu tom e significação. A sensação da presença do discurso do outro tratando sobre o mesmo objeto determina o discurso do autor pois “a maneira pela qual o homem constrói seu discurso é determinada consideravelmente pela sua capacidade inata de sentir a palavra do outro e os meios de reagir diante dela” (Bakhtin, 2005, p. 197).

Como metodologia para entender essa integração entre discursos, primeiro divisamos os estilos de transmissão do discurso alheio, como estudados por Volóchinov (2019), que tratam das possíveis formas de organização de palavras minhas e as palavras alheias quando eu enuncio. Aplicado ao vídeo “O futuro da saúde”, isso significa que um dos personagens pode fazer uma compreensão responsiva do enunciado de um grande empresário e transmitir esse discurso para outra personagem e ao espectador, seja estabelecimento de limites claros entre essas palavras e as suas próprias configurando o estilo linear (“...como disse X”, “eu ouvi de X que...”, “X sempre fala que...” etc), ou ainda no estilo pictórico dissolvendo tais fronteiras e

misturando estas palavras alheias e autorais (recuperável no contexto ou pela percepção de rudimentos do texto original).

A percepção de que escutamos palavras alheias e as incorporamos no nosso próprio enunciado permite com que possamos entender inclusive como um locutor reverbera as posições axiológicas do outro por meio do discurso e como se orienta para esse discurso. Isto é, ao mobilizar a língua o locutor se apropria do enunciado de um outro, o reveste com suas próprias percepção, direcionado a outrem.

Procuramos, então, pela relação entre as vozes dos personagens no episódio “o futuro da saúde” e suas orientações às vozes neoliberais (centradas em uma gama de valorizações possíveis sobre trabalho e os sujeitos), as vozes institucionais do Banco do Brasil, as vozes empresariais e outras mais que por acaso apareçam no episódio. De forma mais ampla, buscamos compreender como estas vozes dos personagens são orientadas entre si e às vozes outras instauradas em seu enunciados, considerando os tipos de discurso bivocal postulados por Bakhtin (2005) ao analisar os romances de Dostoiévski.

A primeira maneira possível é o discurso bivocal de orientação única na qual a voz do locutor se funde com a voz alheia, seguindo com ela pela mesma orientação semântica. O discurso que se direciona na mesma direção pode se apresentar sintaticamente nos estilos linear e pictórico de transmissão do discurso alheio, a depender dos efeitos pretendidos no discurso (Ribeiro, 2015).

No discurso bivocal de orientação varia, por sua vez, ocorre a orientação semântica oposta entre voz do locutor e a voz engendrada em seu discurso, podendo configurar ainda uma polêmica aberta que indica esse choque mais aparente entre valores e visões de mundo distintas. Por fim, o discurso bivocal de tipo ativo diz respeito aos momentos em que a voz do outro não aparece do contexto autorial, mas nele é possível entrever uma resposta ou uma relação de motivação, a instauração de um diálogo velado ou uma polêmica velada com este determinado outro.

No último caso, a voz alheia aparece “refrangida na polêmica instaurada, podendo aparecer ou não as fronteiras. A voz alheia aparece escamoteada, velada, refletida no discurso que transmite” (Ribeiro, 2015, p. 49). O contexto autorial sente esse outro discurso e, a partir dele, que também compõe seu enunciado.

Então, ao estabelecer como hipótese que há vozes neoliberais presentes no enunciado, estamos manifestando que no vídeo “O futuro da saúde” os personagens têm tendências de repercutirem (com diferentes orientações semânticas e axiológicas) acepções sobre o trabalho,

o sujeito e o Estado constituídas nos antros de pesquisa, debate e produção ideológica de pensadores neoliberais desde o a fundação do Mont-Pèlerin até os dias atuais propagadas em inúmeras esferas da atividade humana.

Devido ao entendimento de que a organização econômica, política e social deve ser exercida em torno da ideia de proliferação de empresas (incluindo a própria concepção do Estado como grande empresa), no neoliberalismo, cremos que o discurso empresarial é um elemento chave para compreensão do enunciado e da instauração de vozes neoliberais nele, tendo em vista que o apresentador Davi Braga tem sua persona midiática constituída em torno da ideia de jovem empreendedor de sucesso, as entrevistadas em torno da ideia de renda pela criação de negócios no meio digital e no corporativismo e o BB caracterizado pela competição institucional e obtenção de clientes desde sua capitalização nos anos 90.

Não podemos compreender os sentidos engendrados no vídeo sem olhar a atmosfera publicitária que o cerca, porque o Banco do Brasil é uma empresa que naturalmente disponibiliza diversos produtos e serviços financeiros aos seus clientes em potencial, além de possuir um histórico de publicar conteúdos que se pretendem positivos ao desenvolvimento socioeconômico do país e, por isso mesmo, voltado à promoção institucional.

Assim, seguimos metodologicamente pelos apontamos de Charaudeau sobre os discursos propagandistas que podem estar presentes em discursos políticos, midiáticos, religiosos etc, que instauram uma incitação ao fazer. Procuramos por estes estímulos no enunciado e quais atitudes prospectam ao público-alvo: fazer comprar, fazer emocionar, fazer sentir... No episódio o banco pode não vender algum produto necessariamente, mas uma ideia, um estilo de vida, uma concepção sobre determinado tópico em partes do episódio. A presença do discurso propagandista tem influência nas formas pelas quais os valores engendrados no programa podem ser transformados em proposições de atitudes ativas por parte de seus espectadores.

Nosso trabalho busca relacionar estes elementos teóricos e metodológicos expostos, já que toda e qualquer produção enunciativa é acompanhada por um coro de vozes e seus respectivos valores sobre o mundo, a vida e os sujeitos. Pretendemos utilizar destes artifícios para entender um pouco melhor sobre a forma que visões de mundo neoliberais se proliferam pelas mídias, quais valores representam e como fazem viver uma realidade social preenchida pela ideia de indivíduos-empresas.

4. ANÁLISE DO EPISÓDIO “O FUTURO DA SAÚDE”

A presente análise considera aspectos contextuais, filosóficos, linguísticas, propagandistas e institucionais para entrever a criação de sentidos no episódio “O futuro do Trampo – Ep. 01 O futuro da saúde”, encontrando-se entre diversas fronteiras teóricas tais quais ADD, estudos do neoliberalismo como doutrina que interfere nas subjetividades, estudos das mídias segundo Charaudeau, características de conteúdos propagandistas e publicitários. Buscamos entender os processos de bivocalização que ocorrem do discurso em foco, divisando as dinâmicas interativas entre os personagens Davi Braga, Déborah Lazzarini e Monalisa Nunes que simulam uma entrevista com especialista e do banco como instância produtora que roteiriza e estiliza estes enunciados se direcionando ao espectador do Youtube.

Nas páginas seguintes o leitor encontrará com frequência quadros de transcrição dos enunciados verbais do conteúdo audiovisual, assim como frames/prints das semioses visuais presentes na materialidade. Contextualizamos estes apêndices brevemente sempre que introduzidos, em um movimento que pretende iniciar pela descrição da sua superfície discursiva e alcançar seus sentidos mais encobertos. Procuramos, ainda nesse cenário, identificar as relações dialógicas entre os enunciados surgidos neste produto do BB e enunciados empresariais e empreendedores encontrados em instâncias discursivas que impulsionam esse estilo de vida nas mídias digitais.

4.1 INTRODUÇÃO, PERGUNTA BOMBA E OLHANDO PRA FRENTE

A campanha se inicia com saudações de Davi Braga e apresentação do programa em seu primeiro dia “Está começando agora o programa O futuro do Trampo. Hoje, vamos falar do futuro da saúde”.

Sua presença demarca, logo de início, uma possível associação entre o futuro do trabalho e o mundo empreendedor, já que Davi, como demonstramos na contextualização do objeto, ganhou projeção nacional através dessa persona midiática do jovem empreendedor que sonha alto e ascende no meio social através do mérito.

A música que acompanha o vídeo tem o título Get Jiggy With It, indica o software Shazams. A tradução literal desta expressão significa algo como “seja Jiggy com isso”. Na sessão de comunicação entre falantes de diferentes línguas, no site HiNative que é uma plataforma de aprendizagem de idiomas, um usuário do México perguntou o que significa o

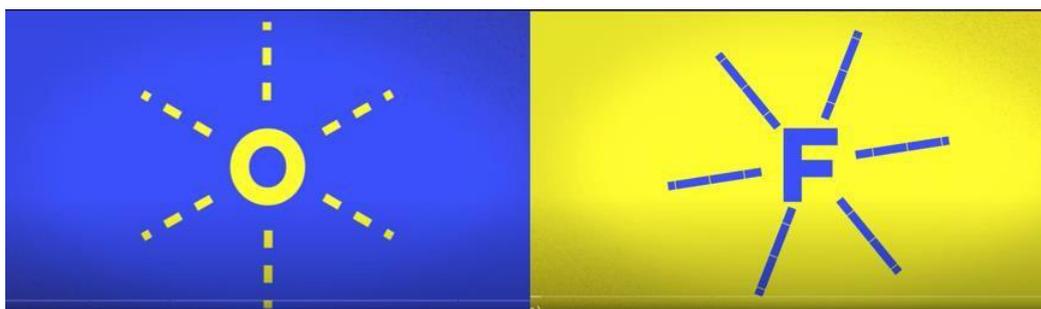
termo “Jiggy” e obteve como resposta de uma nativa estadunidense com o perfil ChstineGL que o termo é uma gíria de uma música do Will Smith chamada “gettin jiggy with It” lançada em 1997. O jig seria um tipo de dança mas também pode ser, diz ela, uma gíria para o sexo.⁶⁴

A música-tema é do álbum Uber Funk Mix do artista Squilliam e conta com traços do Funk afro-americano caracterizado pela presença do groove ou clave que são padrões rítmicos “que funcionam como guia na música de matriz africana. Tradicionalmente, na música afro-brasileira, elas são executadas com o auxílio de um instrumento percussivo de som agudo” (Pereira, 2019, p. 3). Nesta música o groove é reproduzido de forma eletrônica acrescido de sons do instrumento baixo e, posteriormente, acompanhamento de bateria que aceleram o ritmo ocasionando a quebra do tom tradicional de entrevistas para TV e rádio, a sonoridade ainda cria um cenário jovem projetado para o futuro.

No episódio postado pelo banco do Brasil, a construção do enunciado recria esta atmosfera juvenil descontraída pela linguagem verbal, a construção imagética e a música instrumental de Squilliam.

Em seguida, letras estilizadas aparecem na tela, uma de cada vez, formando a palavra “futuro”. Esse recurso faz menção à identidade visual da campanha, o desenho em volta delas lembra um sol (do mesmo tipo que é estampado na postagem da mídia social X e no vídeo-chamada também postado no Youtube) e há alternância frenética em suas cores, piscando entre azul e amarelo:

Figura 14: estilização das letras da vinheta



Fonte: vídeo “o futuro da saúde” (00:07)

Nestes primeiros segundos percebemos que a roteirização do vídeo pela empresa é inspirada em parte por outras produções de criadores de conteúdo na mesma plataforma com

⁶⁴ Link para a interação entre os usuários na plataforma HiNative: <https://br.hinative.com/questions/15969293>

vinhetas curtas e simples com música, inseridas após uma breve apresentação⁶⁵. Além disso, a apresentação de Davi estruturada em a) saudações; b) nome do programa e c) assunto do episódio, remonta uma objetividade importante a um conteúdo novo por parte da empresa de forma que o público que a reproduziu sem assistir a chamada ou as postagens nas outros espaços de veiculação possam entender a proposta e, se tiverem interesse pelo tema, continuar assistindo.

Após a vinheta, Davi com vestes azul-escuras (moletom, jeans e tênis) começa o programa andando do fundo do cenário até a frente, preenchendo o espaço. O local tem parede e chão em um tom amarelo fosco, à direita objetos simples: luminária, quadro, mesa, copo e um sofá no mesmo tom de amarelo. A construção do cenários mostra sobriedade e os objetos fazem menção à um escritório ou espaço para reuniões, que geralmente é associado como um espaço corporativo onde pessoas de negócios desenvolvem projetos e estabelecem metas. No canto direito inferior consta o nome do apresentador e seu perfil nas redes sociais indicado pelo uso de “@”, novamente nas cores da empresa:

Figura 15: Davi se desloca pelo cenários



Fonte: vídeo “o futuro da saúde” (00:14)

Sobre a figura de Davi, a construção de sua roupa orienta sentidos para duas direções: primeiro, roupas consideradas mais casuais nas cores da empresa Banco do Brasil para ter uma conversa descontraída com as profissionais. Em segundo lugar, integrado em uma representação de escritório, a estética simples do “homem de negócios” eternizada pela figura

⁶⁵ Segundo o site sernotavel.com (2021), em matéria que busca ensinar a fazer bons vídeos para o Youtube, “Esse vídeo curto serve para abrir as cortinas para o seu vídeo, apresentando o canal. Geralmente, a vinheta para Youtube é inserida no início do vídeo, antes mesmo de você falar um “Oi”, se apresentar, ou vir depois de uma fala sua sobre o tema do canal. Além disso, para uma vinheta para Youtube ideal, a identidade visual e a linearidade do conteúdo devem estar bem definidas e evidentes.”

de Steve Jobs, principalmente em palestras (jeans e camisa em tons mais escuro, além de tênis em detrimento aos sapatos mais formais). A associação estética ao famoso empresário completa os sentidos construídos no início do vídeo, refletindo o ideário do empreendedor que começa em um local simples como uma garagem ou um escritório e tem possibilidade de acender através do trabalho duro e do desenvolvimento de suas ideias.

Figura 16: Representação simbólica de Steve Jobs pela estética



Fonte: site empreender Brasília: <https://www.empreenderbrasil.com.br/2019/01/por-que-homens-de-sucesso-costumam-usar.html>

Essa imagem foi postada pelo site empreender Brasília que produz conteúdos direcionados para pessoas que empreendem, gostam de seguir as tendências dessa esfera ou saber novidades, de forma que agrega valor positivo ao empreendedorismo. Essa matéria denominada “porque homens de sucesso costumam usar a mesma roupa?” diz que tal prática se tornou cada vez mais comum por celebridades, empresários bem-sucedidos e bilionários (Martins, 2019), em suma pessoas que fazem vivem uma ideia de prosperidade, sucesso e dinheiro no meio social. Davi imprime esta simplicidade projetada enquanto identidade visual, repetindo roupas casuais em outros episódios do programa “o futuro do trampo”.

A aparência de Jobs sempre fora um elemento de destaque na construção de sua persona midiática, Tartas (2013, p.64) relata que “ele só viria a usar um terno na apresentação do computador Apple II em 1976. Mas foi justamente essa vestimenta de hippie que Alcorn, engenheiro-chefe da Atari, se interessar em Jobs”. Ou seja, na juventude com roupas inspiradas no movimento hippie e na vida adulta profissional com tênis, jeans e camisas escuras, o referido bilionário se destacava por fugir do estereótipo do homem de negócios representado por ternos, sapatos sociais e gravatas.

Steve Jobs é parte daqueles que são conhecidos como os fundadores do Vale no Silício, local em que o Banco do Brasil instalou o LaBB para que uma pequena parte de seus funcionários pudessem aprender como ocorre o desenvolvimento de negócios em 2018 e viverem em contexto de valorização do empreendedorismo. A empresa reforça aqui, através desta produção verbo-visual, sua relação positiva com a ideia do homem de negócios despojado, jovem, portador de grandes ideias e que trabalha com intensidade para alcançar seus sonhos de ascensão social, enquanto Davi é representado como personificação do futuro empreendedor de sucesso – o jovem que a empresa busca projetar através deste conteúdo produtivo.

A construção da representatividade do jovem com futuro promissor imaginado pela empresa e projetada na figura de Davi é direcionada ao público-alvo de forma verbal, no trecho de apresentação:

1	Meu nome é Davi Braga e eu estou muito feliz de estar aqui representando você
2	neste espaço de <i>conversa, diálogo e crescimento</i> . Nossa ideia é debater,
3	conversar e aprender. E, principalmente, chegar ao lugar em que nossa geração
4	ocupa hoje e que vai ocupar amanhã no mercado de trabalho.

00:13 -00:29

Neste trecho proferido pelo apresentador, o programa aparece como um espaço que busca uma aproximação do público-alvo jovem à figura de Davi quando este diz que está representando seu interlocutor (l. 1-2). O apresentador está inserido na posição de aprendiz que possuirá a chance de dialogar com especialistas e o jovem que o assiste está inserido neste contexto de oportunidade. Partindo do olhar de Charaudeau (2010) sobre o discurso propagandista, entendemos que o programa traz um “fazer crer” (que a empresa investe em formação para a vida no trabalho, que está é uma grande oportunidade) para o público enquanto visa demonstrar sua produção enunciativa como diferencial em relação aos outros bancos.

A utilização dos signos “conversa” (l. 2), “diálogo” (l. 2), “debater” (l. 2), “conversar” (l. 2), equivalentes neste contexto, demonstram a importância condida ao aspecto da interação como meio de chegar no objetivo proposto “crescimento” e “aprender” através da reiteração. Tais signos refletem e refratam o intencional de comprometimento da empresa através da criação de oportunidade, aqui justificada pela criação de um produto midiático, informativo, inédito e importante para aqueles que têm dúvidas sobre atuação profissional na saúde.

Enquanto isso, as referidas vozes da instituição na concepção positiva de seu próprio conteúdo enquanto oportunidade aos jovens configuram uma bivocalidade de tipo ativo. Isto é, a empresa, por intermédio do apresentador, instaura uma polêmica velada ao responder futuras réplicas possíveis por parte do público ou outros bancos, justificando de antemão a criação do vídeo através da colocação de que a geração (Z) de Davi ocupa e ocupará um determinado lugar no mercado de trabalho e que, por isso, a interação com profissionais de sucesso em um conteúdo midiático (em uma plataforma gratuita, divulgada em outras mídias digitais, editada de forma dinâmica...) é tão relevante e positiva.

No contexto de criação de conteúdo (cursos abertos, disponibilização de palestras e programas lançados no Youtube como o Deseconomês e O futuro do trampo) e a criação da universidade corporativa pelo BB que mobiliza eventos e cria materiais para educação institucional nas categorias presencial e digital, compreendemos neste primeiro momento que este lugar que os jovens ocupam e ocuparam (1.3-4) projetado pela empresa é o mundo tecnológico e a criação de valor e renda através dele. Entretanto, tais sentidos sobre esse referido lugar só podem ser alcançados em sua completude através do desenvolvimento do programa, já que Davi explica que seu objetivo no vídeo é alcançá-lo.

Tendo em vista que “A comunicação verbal está diretamente relacionada às comunicações de outros tipos, por terem surgido no terreno comum da comunicação produtiva” (Volóchinov, 2017), nos voltamos a gesticulação do apresentador enquanto reproduz o trecho já citado. Davi se move pelo espaço em uma orientação fundo até à frente em relação ao cenário e, em ordem, inicialmente mantém os dedos das duas mãos em contato, juntas ao corpo, ao falar seu nome; as orienta para baixo com as palmas das mãos em direção uma a outra, como que colocando um objeto sob algum descanso ao dizer que está “aqui”; aponta para o público ao falar “representando você” com ênfase entoacional neste segundo vocábulo; faz o mesmo movimento de orientar as mãos para baixo, dessa vez com as palmas viradas para baixo, uma ao falar “conversa” e outra ao falar “diálogo”; repete o mesmo movimento para cada uma das palavras “debater”, “conversar” e “aprender”; repete o movimento mais uma vez para “amanhã” e “hoje”, dessa vez apontando o dedo indicador.

Abaixo introduzimos uma colagem de prints, feita por nós, representativa dos momentos de gesticulação citados, bem como sua aproximação da câmera:

Figura 17: coreografia gestual de Davi



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

Na busca de estabelecer relações entre a gesticulação do apresentador e tendências surgidas na esfera do empreendedorismo sobre este tópico, encontramos uma matéria do site Revista do Empreendedor intitulada “7 dicas para usar o corpo e a voz na comunicação” inspiradas, segundo o próprio site, nas palestras “Body language, the power is in the palm of your hands” e “Want to sound like a leader? Start by saying your name”⁶⁶, do especialista em linguagem corporal Allan Pease e da especialista em presença executiva Laura Sicola, respectivamente.

Retomamos os estudos do Círculo na indicação de que estes aspectos que acompanham a criação verbal também são ideológicos, pois o gesto e a expressividade corporal são constituintes do processo de relacionar-se com o outro/meio (Amorim; Scorsolini-Comin, 2010). Davi traz entoações gestuais em sua criação ideológica, ampliando os sentidos engendrados no trecho de apresentação do episódio.

Na matéria, a autora Patrícia Protásio lista na dica 4 que o movimento das mãos influenciam na impressão do público sobre as palavras que lhe são direcionadas pelo apresentador e a forma como este é ouvido, ensinando sobre a importância de deixar as palmas das mãos visíveis e que as palmas para baixo devem ser utilizadas apenas quando aquele que fala precisa fazer sobressair seu papel de líder, ainda mais ao apontar os dedos para baixo. Entretanto, se possível, indica que o palestrante deve evitar o segundo direcionamento das mãos, pois pode parecer falta de respeito para o público que não quer receber ordens. (Protásio, 2015).

Ainda na dica 4, sinaliza que juntar os dedos transmite ideia de confiança e responsabilidade para inspirar no interlocutor o pensamento “ele sabe do que está a falar”. Por fim, na dica 6 aponta para o uso da entoação para inspirar credibilidade, explicando que o

⁶⁶ Tradução nossa das palestras: “linguagem corporal, o poder está na palma de suas mãos” e “Quer soar como um líder? Começa falando seu nome”.

“tom de voz pode ser usado para dar ênfase às partes mais importantes da mensagem, como por exemplo expressões, palavras-chave ou ideias que quer que sejam memorizadas.” (Protásio, 2015).

As indicações na Revista do empreendedor demonstram algumas orientações dadas por especialistas em expressão corporal e presença executiva que rondam nas plataformas compartilhadas por empreendedores, demonstrando a importância concebida à associação entre gestos das mãos e a verbalidade no mundo dos negócios. Estas visões de mundo expressas no website nos indicam o repertório discursivo de Davi Braga que segue está coreografia gestual em seu papel de empreendedor de sucesso e apresentador do programa “O futuro do trampo”, indicando sua intimidade com as tendências gestuais e discursivas que rondam na referida esfera da atividade humana e seu projeto discursivo neste enunciado que busca inspirar ideias de credibilidade, segurança e liderança no público-alvo.

Por outro lado, o uso das ênfases são utilizadas por ele que destaca estar representando o público-alvo na propaganda, indicando seriedade e responsabilidade destes sujeitos, realmente interessados na atuação profissional que procede a formação universitária. As semioses visuais e as entoações, nesse caso, acompanham a criação verbal de Davi na propagação de profissionalidade e seriedade ao espectador, contrabalanceando o aspecto da descontração: ocorrerá uma conversa mais informal, sobre assuntos importantes e sérios.

Ao citar as palavras “debater”, “conversar” e “aprender”, a edição acompanha o enunciado de Davi, através da divisão em três telas, trazendo um recorte para cada um dos signos ideológicos, reforçando a dinamicidade pretendida no projeto discursivo da empresa.

Figura 18: Edição dinâmica do vídeo



Fonte: vídeo “o futuro da saúde” (00:23)

Esta divisão nos mostra como ocorre um complexo jogo na construção enunciativa

institucional de forma que Davi pretende se comunicar diretamente com o público em um cenário artificial, dirigindo-se à câmera e seguindo um roteiro da empresa. Seu enunciado de apresentação é recortado, editado e direcionado pela edição que segue as tendências dos conteúdos postados no Youtube.

Diversos aspectos são direcionados pensando na recepção do vídeo (cores, letras, divisão de tela, movimento da câmera...), a empresa procura estabelecer uma comunicação direta e mais informal na medida em que faz uma quebra com as condições para que esse tipo de comunicação ocorra. Em derradeiro, esta deformação do enunciado de Davi nos indica a simulação de troca com o espectador quando, na verdade, há a constituição de um vídeo com tendências de prescrição e instrução.

Para chegar no destino pretendido de conversar com o espectador, Davi pede “aplausos virtuais” para as convidadas Monalisa Nunes e Déborah Lazzarini, as profissionais da área de saúde que poderão indicar as tendências para esse futuro. Seus nomes são citados em consonância com suas telas, acompanhadas por efeitos sonoros de palmas. A edição do vídeo organiza essa substituição de telas e sons dando continuidade à caracterização da atmosfera descontraída e animada para o vídeo, somada ao momento seguinte quando ocorre um corte abrupto entre as cores da tela para preto e branco quando Davi diz “e eu espero que eu tenha falado certo o seu nome, Déborah!” enquanto sorri.

Figura 19: edição humorada no episódio



Fonte: vídeo “o futuro da saúde” (00:37)

Este momento inclui parte do que seriam um diálogo de bastidores do vídeo, um erro que em tese não deveria ser colocado no produto final mas trazido na edição como sua parte integral e constitutiva em tom de comédia. O canal Brainstorm tutoriais (2020) – Edição de

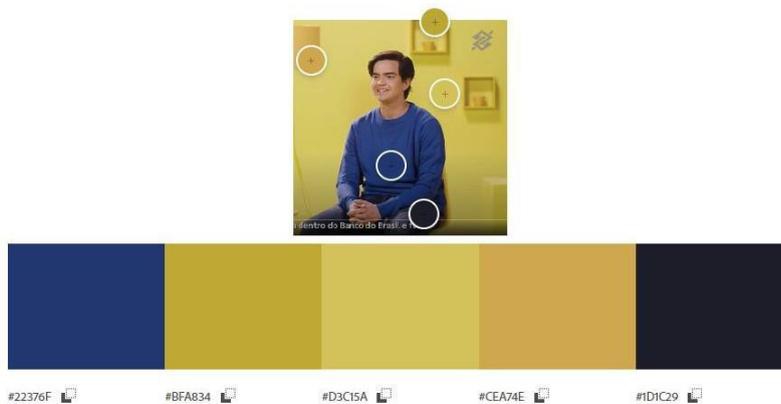
vídeos que se dedica a ensinar ferramentas e processos de edição, lançou em 2021 o vídeo “Efeito erro de gravação engraçado no Adobe Premiere” e inicia da seguinte forma “O tutorial de hoje é especial e dedicado pros meus amigos e pessoas que precisam editar vídeos para o Youtube e gostam dessa pegada mais humorísticas com umas brincadeiras e tal”.

O “efeito erro de gravação engraçado”, como nomeado pelo professor de edição de vídeo, seria um recurso estilístico comum aos gêneros do discurso que rondam pelo Youtube, no objeto aqui divisado é utilizado pela empresa como um meio de identificação pela juventude mais íntima dos produtos que costumam ser encontrados nesta mídia digital. Dessa forma, o primeiro episódio do programa “O futuro da saúde” traz em seu início traços de comédia que complementam a atmosfera descontraída já sinalizada na constituição verbo-visual deste enunciado e dos anteriores (vídeo de divulgação, postagem no blog BB e postagem nas mídias sociais X, Instagram e Facebook).

O “erro” humorado, em um cenário de representação de jovens estudantes pela figura do apresentador, traz no vídeo efeitos discursivos de imaturidade e inexperiência profissional, bem como a suscetibilidade do equívoco em reuniões de negócios. A empresa, então, se mostra como um espaço aberto ao ensino de como se portar nestas situações, complementando o tom humorístico enquanto sinaliza que essa atitude não é a mais correta pela transformações das cores na tela.

Introduzimos, agora, as cores no enquadramento das entrevistadas Monalisa Nunes e Déborah Lazzarini em comparação com o cenário e a constituição imagética de Davi Braga através das cores predominantes nas roupas e nos cenários.

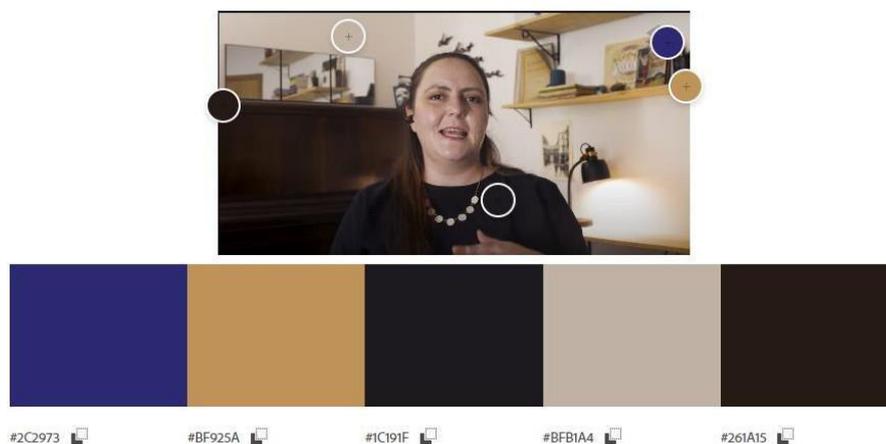
Figura 20: paleta de cores extraídas do quadro de Davi



Fonte: Adobe Color

Em primeiro lugar, notamos uma semiose visual já apontada anteriormente em relação à Davi, variações de amarelo e azul sinalizam a marca Banco do Brasil ao público-alvo. Entretanto, através dos códigos extraídos pelo software Adobe Color, notamos que estas variações são menos vibrantes, diferentes dos tons brilhantes que costumam ser utilizados pela empresa, sinalizando a sobriedade típica esperada de um ambiente mais formal. A empresa cria uma atmosfera descontraída enquanto demarca a importância do assunto por uma seriedade transmitida no plano visual, colocando estes valores em relação com a promoção da instituição enquanto responsável por este produto (como entidade que mescla profissionalidade com alegria e descontração).

Figura 21: Paleta de cores extraídas do quadro de Déborah



Fonte: *Adobe Color*

Figura 22: Paleta de cores extraídas do quadro de Monalisa



Fonte: *Adobe Color*

Enquanto isso, há predominância de cores neutras (preto, branco, cinza e variações) nos quadros das profissionais, deixando entrever uma pretensão de profissionalidade e objetividade em seus projetos discursivos. No caso de *Monalisa*, acrescentamos que sua blusa faz referência ao mundo da medicina, comumente associado à cor branca do jaleco de médicos e roupas dos enfermeiros.

No trecho seguinte introduzimos o trecho de apresentação feito por *Déborah*:

1	Oi, Davi, tudo bem? Então, eu sou a <i>Déborah</i> , eu sou funcionária do Banco do
2	Brasil e psicóloga e eu atuo com psicologia dentro do Banco do Brasil e fora. Eu
3	atuo numa intersecção ali entre a Psicologia do Trabalho e a Psicologia da Saúde,
4	então eu fiquei superanimada quando me convidaram pra fazer parte desse papo
5	sobre o futuro da carreira dos profissionais da saúde.

(00:39-01:01)

No contexto do vídeo, a apresentação da psicóloga parece de forma protocolar esboçada na estrutura saudação-credenciais-explicitação do papel a ser exercido no programa. *Déborah* especifica uma dualidade profissional, distinguindo ser funcionária do Banco do Brasil e ser psicóloga (l. 1-2). Além disso, localiza sua atuação na intersecção das áreas citadas: psicologia do trabalho em meio a instituição e psicologia da saúde direcionada à atuação profissional “fora” da empresa. Por fim, *Déborah* deixa claro a determinação de sua função no episódio: falar sobre o futuro da carreira dos profissionais da saúde.

O discurso inicial de *Déborah* deixa entrever um tensionamento velado com algumas outras vozes encontradas no meio social. A distinção entre psicóloga e funcionária do banco ocorre em resposta à possíveis questionamentos sobre qual o papel de uma psicóloga em uma instituição financeira (que vende serviços e produtos bancários), de forma que a locutora esboça que esta atuação no banco é com psicologia do trabalho. *Déborah* trabalha com gestão de pessoal no BB seguros.

A instauração do discurso bivocal de tipo ativo refrange o discurso alheio através da polêmica velada com vozes de crítica ao trabalho de psicologia, com caráter não clínico, em instituição financeira. Assim, não há fronteiras entre o discurso autoral de *Déborah* e o discurso alheio, já que seu enunciado baseia-se ou em possíveis palavras futuras fundadas na recepção do vídeo pelos espectadores, ou no diálogo velado com discursos críticos da

psicologia no meio institucional financeiro.

Posteriormente, ao tratar sobre sua área de atuação (l. 3), Déborah adota um tom de justificativa, não só argumentando que há relações entre o trabalho e a saúde, como também explicitando o motivo de sua presença no episódio “O futuro do tempo – Ep. 1 O futuro da saúde”. Nesta finalização da apresentação, a locutora faz uma reprodução do discurso do BB em estilo pictórico, fundindo seu discurso com o da empresa instaurando o discurso bivocal de orientação único em seu convite “pra fazer parte desse papo sobre o futuro da carreira dos profissionais de saúde” (l. 4-5).

De outra forma, podemos dizer que sem a retirada dos limites claros entre suas palavras e as palavras da instituição, o trecho poderia ser algo como “a empresa me disse: “queremos te convidar para fazer parte de um papo sobre o futuro da carreira dos profissionais da saúde””. Ao estilizar essas palavras alheias em seu próprio enunciado, ela potencializa o projeto discursivo da empresa no convite de profissionais experientes para analisar o futuro das carreiras.

Déborah utiliza a voz de autoridade da empresa em sua justificativa para fazer parte desta conversa, em comparação com Monalisa que é médica dermatologista e criadora de conteúdos para as mídias digitais, desassociada profissionalmente da instituição. Colocamos esse posicionamento da psicóloga em relação com a postagem de divulgação do programa no blog BB, retomamos um trecho da materialidade no qual a empresa diz que

Profissões que existiam, já não existem mais, e novas ocupações surgem nos diversos campos do saber. Afinal, já pensou em ser um [*especialista em hiperpersonalização da experiência de funcionários em uma empresa?*](#) Acredite, essa profissão já existe. (Blog BB, 2022, grifo do/a autor/a).

A atuação da psicologia no meio corporativo é expressa por Déborah pela explicação de sua atuação com Psicologia do Trabalho, ou seja, profissionais que atendem outros funcionários da empresa contratante (atuação clínica) ou aplicam outras atividades não-clínicas como headhunting (seleção de pessoas), outplacement (recolocação profissional), Coaching (treinamento) etc (Franceschini, 2009). No contexto da propaganda, porém, entendemos que a empresa ressalta ao público-alvo as possibilidades de ocupação para além da atuação clínica, promovendo ideia de diversidade de cargos e áreas para o futuro, bem como a necessidade de auto atualização conforme as exigências do mercado (refrangido através do “futuro da carreira dos profissionais da saúde” (l. 5)).

O trecho demonstra a compreensão da empresa, em consonância com as visões de mundo no corporativismo, que há uma infinidade de possibilidades de atuação profissional no

mundo empresarial. Indicam-se especializações e aperfeiçoamentos disponibilizados dentro das empresas, profissões possíveis que não são aferidas dentro nas universidades.

No estabelecimento destas relações entre o enunciado de Déborah e o do blog BB, compreendemos que a psicóloga infere as diferenças entre as projeções dos estudantes-espectadores e as possibilidades reais de atuação no mercado de trabalho.

Em relação ao enunciado maior, a edição do vídeo faz sobreposições de telas de forma a caracterizar seu caráter de diálogo seguindo a ordem a) quadro de Déborah falando; b) Davi aparece sorrindo c) Davi no cenário com os dois quadros, de Monalisa e Déborah; c) quadro de Déborah sozinha; d) Davi sorrindo e confirmando com a cabeça; e) Déborah sozinha novamente; f) Todos aparecem novamente. Para ilustrar a edição de autoria da empresa, trazemos um print de um momento no qual todos aparecem:

Figura 23: Tela de todos os participantes ajeitadas no enquadramento



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

A presença de todos os participantes em seus escritórios (Davi em um representado pela cenografia) e a organização interativa promovida pelo ajeitamento de telas no frame relembram as reuniões à distância, recorrentes durante o período pandêmico e continuadas na pós-pandemia. Traços estilísticos do gênero reunião de trabalho aparecem integrados no gênero entrevista, de forma a suscitar novamente o valor de profissionalidade no programa “O futuro do trampo”.

De forma a conceder uma flexibilidade para a interação promovida pela pergunta de Davi, Monalisa inicia com saudações direcionadas a Déborah que acabara de se apresentar. Em seguida pontua:

1	Oi, Déborah, tudo bem? Estou superfeliz de estar aqui hoje. Meu nome é
2	Monalisa Nunes, eu sou médica, sou pós-graduanda em Dermatologia e também
3	sou criadora de conteúdo na internet desde o meio da minha faculdade de
4	Medicina. E eu estou superfeliz de estar aqui. Adoro falar sobre saúde e sobre
5	Internet. Acho que vai ser ótimo.

(01:02-01:24)

Monalisa compõe uma ordem de apresentação um pouco diferente de Déborah: inicia expressando felicidade pela presença no episódio, apresenta sua atuação profissional, expressa felicidade novamente, conta que adora falar sobre saúde e internet, conclui positivamente sobre sua expectativa para o episódio.

O enunciado de Monalisa reproduz o discurso de Déborah em estilo pictórico, na expressão de felicidade pela presença no episódio. Nesse caso, a utilização do signo ideológico “superfeliz” pela médica dermatologista traz consigo o intensificador “super” como utilizado na arquitetura da psicóloga que a antecedeu, de forma corroborar com as afirmações da colega de entrevista.

Monalisa pontua que é médica e também criadora de conteúdo, deixando entrever seu repertório discursivo no debate sobre o trabalho com as mídias digitais e a política de nomeação por aqueles que geram valor pela influência empreendem nesse espaço, temáticas cada vez mais relevantes na contemporaneidade. Sobre a cultura digital, em entrevista para Issaaf Karhaw (2021, p.290), a doutora em Ciências Sociais Crystal Abidin⁶⁷ explica que os influenciadores digitais costumam acumular audiência através de reputação positiva (por talentos ou habilidades) e posteriormente

buscam formas de sustentar essas qualidades por um longo período, cultivá-las, incrementá-las intencionalmente e monetizá-las. Influenciadores são, portanto, um tipo muito específico de celebridades da internet que buscam transformar essa visibilidade online em uma carreira digital remunerável. E, claro, se pensarmos nas operações dos influenciadores digitais, o que eles costumam fazer é usar as plataformas de redes sociais para divulgar revelações muito íntimas e novidades constantes de sua vida privada. E, como resultado, eles usam esse conteúdo para inserção de informes publicitários, anúncios e mensagens pagas. Essa definição é muito ampla, mas ela também permite considerar diferentes variedades de influenciadores.

Os criadores de conteúdo (ou creators) são uma parcela desta variedade de

⁶⁷ As pesquisas de Crystal se voltam aos influenciadores digitais, celebridades, visibilidade *online* e cultura *pop* nas mídias sociais digitais, com ênfase na região Ásia-Pacífico.

influenciadores que buscam por uma definição específica nestas novas possibilidades de trabalho com a mobilização de público na internet. Outra definição diz que o termo “criador de conteúdo” descreve produtores culturais que criam e circulam conteúdos nas plataformas digitais, impulsionados por um espírito empreendedor e desejo de gerar as suas próprias marcas nas mídias (Craig, 2019).

Ou seja, Monalisa demarca um território ideológico pela utilização do termo, qualificando-o enquanto um trabalho exercido por ela em paralelo a de médica dermatologista. Em outras palavras, ao sinalizar que é criadora de conteúdo desde o meio de sua faculdade de medicina, ela aponta que pesquisa, desenvolve e converte em renda à criação de fotos, vídeos e textos escritos, de produtos pensados para agregar valor a um público-alvo nas mídias digitais (Youtube, Instagram, X, Facebook etc).

Essa representação da atividade profissional corresponde ao curso “Manual do Medcreator”, propagado pela médica no seu perfil do Instagram. Ele foi disponibilizado pela entidade Medcreators – agência e assessoria digital que, na própria página do curso na plataforma Hotmart (2022), diz ser uma agência “especializada em assessoria digital, voltada a médicos e estudantes de medicina que produzem conteúdo na internet”. Além disso, conta que o curso foi roteirizado e idealizado por Camila Karam e a Monalisa Nunes, produtoras de conteúdo médico para a internet.⁶⁸

O trabalho com a influência permite que os criadores de conteúdo sejam convidados, inclusive, para campanhas de empresas e marcas que procuram agregar valor positivo à ideias ou produto anunciados ao público. Tendo em vista a esfera digital na qual o vídeo se insere, a construção enunciativa de Monalisa deixa entrever a tensão com vozes que negam a existência do trabalho “criador de conteúdo para a internet”, projetando-o enquanto possibilidade de atuação ao público do programa, justificando sua presença no diálogo com Davi e Déborah.

Enquanto Déborah sinaliza seu interesse por saúde e trabalho (em relação à psicologia), Monalisa expressa sua preferência por saúde e internet (l. 5) signos ideológicos que nesse contexto refletem e refratam o sentido de trabalho. Ou seja, cada uma das entrevistadas segue a roteirização do programa, de forma que a médica dermatologista e criadora de conteúdo reproduz o discurso da empresa em estilo pictórico, explicando sua função para o episódio.

Essa diluição dos limites entre palavras da locutora e da empresa, busca difundir parte

⁶⁸ <https://hotmart.com/pt-br/marketplace/produtos/manual-do-medcreator/F70897025N>

dos objetivos do episódio que é expor ao público a possibilidade do trabalho com a internet, mesmo sendo estudante de medicina, mesmo sem concluir a graduação. A médica funde seu discurso com o da empresa estabelecendo uma bivocalidade de orientação única, assumindo um papel de porta-voz de seus objetivos e reforçando os valores empreendidos no episódio pela indicação de superfelicidade e seriedade (através da colocação do trabalho nas plataformas digitais no mesmo patamar que a socialmente prestigiada profissão de medicina) concedidas ao assunto.

Ainda é possível entrever a presença de vozes neoliberais nesse enunciado, pela valorização positiva do empreendedor protagonista (Monalisa) que gera lucro para além do trabalho clínico expectado no mundo da medicina. O direcionamento de sentidos aponta para a substituição da identidade profissional “médica” por agente econômico que encontra oportunidades de investimento via internet, sob um efeito discursivo de quebra de paradigmas e possibilidade de vitória através do esforço e busca individual por oportunidades lucrativas.

Após a finalização das apresentações, em 1:25, uma nova tela aparece subitamente introduzindo o início da próxima seção, o título “pergunta bomba” é apresentado em azul e amarelo:

Figura 24: representação imagética da nova seção



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

O quadro desta nova seção oferece continuidade à levada dinâmica do programa, a trilha sonora é substituída por uma batida sem melodia, o título pisca com velocidade e Davi aparece em seguida já fazendo uma pergunta para as entrevistadas:

1	Já vou começar assim, vou jogar a granada e vou sair correndo, quero saber como
2	vocês vão se virar para responder essa pergunta. Que que vai rolar no futuro da
3	nossa saúde, quais são as tendências que vão acontecer? Quero saber a opinião de
4	vocês sobre isso.

(01:28-01:40)

A construção enunciativa de Davi ocorre através de uma metáfora de guerra, a expressão “vou jogar a granada e vou sair correndo” (l. 1), enquanto ele gesticula estar jogando o objeto, dá suporte para o imaginário da “pergunta bomba” como pretendida pelo projeto discursivo da empresa. As entrevistadas recebem uma pergunta pretensamente difícil em tom de desafio e precisam mostrar que estão preparadas para responde-la, que têm capacidade de lidar com imprevisto e mérito para passar por ele de forma adequada.

Neste contexto, o desafio engendra a concepção do indivíduo aprimorado pelo estilo de vida empreendedor, com capacidade estratégica para resolução de problemáticas que surgem inesperadamente e desenvoltura discursiva para venderem suas ideias ao interlocutor.

A metáfora bélica da granada lançada para as entrevistadas valoram essa discussão como perigosa e sensível. Em um plano, a pergunta é feita dessa forma considerando o cenário pandêmico no qual as discussões relativas à saúde pública eram o centro de debate político e social, geradoras de polêmicas e disputas ideológicas. Em outro, desafia as profissionais para que respondam sem evocar uma nova controvérsia, para que em seu papel de representantes do banco desassociem suas análises da crítica à gestão governamental, à desigualdade social, ao papel das instituições do Estado no fomento de políticas públicas e outras resoluções que fujam do tom de consultoria institucional descontextualizada.

Verificando estes aspectos, demarcamos a expressão “futuro da nossa saúde” (l. 2-3) como processo de identificação pelo discurso, Davi inclui as profissionais, ele mesmo e o público que representa como sujeitos passíveis destas transformações. Em conjunto com os sentidos já expressos no início do programa, sabemos que o entrevistador pergunta das tendências para o futuro da carreira dos profissionais da saúde que vão assistir a propaganda, ainda que a pergunta apareça de forma mais abrangente (futuro da saúde pública, futuro dos cenários pandêmicos, etc).

Também divisamos a marcação que Davi faz enquanto agente da pergunta “(eu) quero saber a opinião de vocês sobre isso” (l. 3-4), em uma tentativa de mascarar a roteirização da empresa na definição das perguntas que estruturam o episódio. Encaramos este processo como delineamento do papel de entrevistador na simulação do gênero entrevista, de forma que Davi

(enquanto extensão do jovem estudante de medicina ou psicologia) apareça empenhado em aprender com as profissionais e executar seu papel de apresentador de forma satisfatória.

A resposta de Monalisa aparece no trecho seguinte:

1	Realmente essa é uma pergunta difícil. Quando a gente fala de futuro na saúde, a
2	tendência realmente é que os profissionais da saúde eles tenham que se reinventar
3	cada dia mais e fugir só da parte técnica, né. Acho que a parte técnica é um básico
4	e todo mundo vai ter que aprender algo mais para conseguir se inserir no mercado
5	de trabalho de uma forma mais consistente e benéfica. Acho que vai ser uma
6	loucura, mas ótimo, né!

(01:42-02:10)

Primeiramente, a entrevistada dá seguimento à ideia criada de que a pergunta é difícil, inicia expressando a concepção mais geral de saúde (reproduzindo o discurso de Davi na pergunta feita) mas em seguida especifica sua lógica fundada a partir da centralização dos profissionais da saúde. Destacamos a construção enunciativa da médica dermatologista em dois

âmbitos principais: profissionais da saúde precisam se reinventar e fugir apenas da parte técnica; justificativa desta afirmação pela visão pessoal da locutora.

A avaliação de que a pergunta é realmente difícil, por parte de Monalisa, traz consigo o discurso de Davi e da empresa na projeção da subseção pergunta bomba através do estilo pictórico, pela diluição dos limites entre suas palavras e palavras alheias na instauração do diálogo interno entre as vozes. O advérbio “realmente” (l. 1) sinaliza axiologicamente a postura adotada pela médica enquanto especialista-consultora que, posta em um lugar de experiência e sabedoria, avalia as sugestões do entrevistador e desenvolve sua visão sobre o tópico. As vozes são direcionadas em um plano para os interlocutores imediatos da médica e para o público da propaganda como discurso bivocal de orientação única, apontando para indícios de que o desenvolvimento da resposta fugirá das expectativas, tencionará com discursos outros deslocados dos princípios do BB representados pelos personagens do episódio.

Destacamos o signo ideológico “reinventar” que nesse contexto reflete e refrata sentidos tais quais autoatualização, diferenciação e competitividade. No discurso de Monalisa, esta mudança aparece projetada de forma cada vez mais intensa no decorrer do tempo, engendrando uma visão de mundo do futuro para além da formação acadêmica.

Aqui aparecem vozes neoliberais, orientadas axiologicamente no mesmo plano discurso da locutora, de valorização do sujeito que investe em si mesmo como uma empresa, capaz de possuir capacidades e qualidades cada vez mais diversas para conseguir se adequar ao mercado de trabalho, de oferecer diferentes serviços ao seu cliente (seu empregador, seu público da internet, a sociedade em geral etc). Em outros termos, o sujeito necessita investir para além da formação acadêmica que nesse enunciado aparece como fornecedora da “parte técnica”, o básico para todos os futuros médicos e não suficiente para o mercado de trabalho.

O signo ideológico “fugir”, por sua vez, reflete e refrata o sentido de desafio à uma determinação cultural que quer do sujeito apenas o básico. Isto é, Monalisa parte da mesma lógica de Davi em sua palestra os segredos para a felicidade quando afirma que o sistema quer que você acredite que deve ficar “atrás de uma mesa, praticando trabalhos chatos e repetitivos”, fadado/a ao emprego fixo (apenas à parte técnica) quando pode ir além. Estas concepções são partilhadas na esfera do empreendedorismo e aparecem no episódio “O futuro da saúde”.

Monalisa, porém, recobre estes valores com novos acentos, integrando-os na esfera da saúde e acomodando-os em seu enunciado de forma mais sucinta e leve, sem o tom de denuncia empreendido por Davi em sua palestra. Além disso, em seu enunciado, adota uma postura de consultoria por sua relação estreita com o trabalho na internet, como a pessoa que fugiu apenas

da parte técnica, empreendeu no mundo da influência digital e possui um lugar de destaque sendo convidada por programas como “o futuro do trampo”, por exemplo.

Por isso, nesse contexto, entendemos que a reinvenção proposta pela entrevistada diz respeito à diversificação de capacidades profissionais no âmbito digital - o médico criador de conteúdo ou medcreator (que faz postagens em seu perfil nas mídias, mostra sua rotina para os seguidores, responde dúvidas enviadas, faz publicidade de produtos, ensina sobre hábitos saudáveis etc). Nesta primeira resposta, o futuro da saúde ou da carreira dos profissionais da saúde é de maior intimidade com o trabalho nas mídias digitais, projetado ao espectador estudante de medicina como possibilidade.

Esse sentidos fundados sobre a formação acadêmica e os critérios definidos para um profissional próspero, engendrados em uma resposta que sinaliza logo de início ser polêmica, são postos em tensão com a projeção de um discurso pretensiosamente universitário-estatal. O discurso de Monalisa instaura bivocalidade de tipo ativo, de forma que possa atacar veladamente um discurso acadêmico das universidades estaduais e federais, projetado como

puramente técnicos e insuficientes para garantir um bom posicionamento no mercado de trabalho.

Por fim, a médica faz um juízo de valor sobre a situação que apresenta “acho que vai ser uma loucura, mas ótimo, né?” (l. 1-2), deixando entrever sua posição de ciência sobre um futuro turbulento mas com uma visão de positividade do desenvolvimento social ocasionado por estas mudanças.

No mundo neoliberal, como abordado nas seções anteriores deste trabalho, as capacidades empreendedoras individuais são julgadas a chave para a riqueza e inovação, enquanto o resultado do trabalho é entendido como renda equivalente ao nível de investimento feito naquela atividade. Monalisa faz uma valoração positiva sobre a iniciativa empreendedora, acompanhada por vozes neoliberais que defendem a competência do trabalhador como seu meio de produção, que necessita se reinventar e investir em si mesmo para obter bons resultados.

No fundamento teórico ordoliberal se frisa que políticas de igualização deixariam o mercado “morno”, subtrairiam recursos de investimento e gerariam crises governamentais. Tais vozes também aparecem nesse contexto, na concepção de que cabe à universidade (federais e estaduais públicas) o ensinamento da parte técnica, enquanto o profissional precisa se preparar ao futuro competitivo e de iniciativa individual por fora.

No que concerne à intensidade das mudanças em relação ao tempo como concebidas por Monalisa, chamamos atenção para a repetição do advérbio “mais” no enunciado: “se reinventar cada dia mais” (l. 3); “todo mundo vai ter que aprender algo mais” (l. 4) e “de uma forma mais consistente e benéfica” (l. 5). Além disso, seu gestual é marcado pelo recorrente movimento de girar os pulsos um sobre o outro, de forma rotatória. Entendemos que ocorre essa projeção da dinamicidade no mundo do trabalho (em especial na esfera da saúde) por intermédio da semiose visual em conjunto com a verbal, de forma que as noções de movimento, atualização, passagem do tempo e desenvolvimento profissional e social sejam balizadas no enunciado verbo-visual como um todo:

Figura 25: Gesticulação de Monalisa



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

Já a edição do vídeo, durante a fala de Monalisa, segue o padrão já referido anteriormente de transição entre telas e ocasional alocação de todas elas no frame para fazer surtir um efeito de diálogo e interação mútua entre os participantes do episódio.

A resposta de Déborah, entretanto, aparece na sequência de Monalisa após uma transição rápida de telas e sem comentários sobre suas afirmações:

1	Qual que é o diferencial da nossa atuação como seres humanos né, e pensando aí
2	no futuro da saúde? É realmente um olhar mais completo para aquele paciente,
3	para aquele cliente, um olhar mais holístico. E isso eu acredito que a saúde vai
4	acabar assumindo serviços e produtos com novos formatos, em novos canais, em
5	novos espaços... Esse é o futuro da saúde, na minha percepção.

(02:10-02:32)

Para responder sobre as tendências do futuro da saúde, a psicóloga parte da visão sobre o diferencial de uma atuação humana nessa área, fazendo referência ao que seria um olhar mais completo e holístico para o paciente ou cliente. Complementa que a saúde ocupará um papel mais abrangente nesse cenário, integrando novos serviços e produtos em diferentes espaços ao longo do tempo.

O “olhar holístico” (l. 3) citado por Déborah é um signo ideológico que mantém equivalência com “olhar completo” (l. 2), utilizado para demarcar o entrelaçamento entre distintos elementos na constituição do todo (do sujeito, da sociedade, de uma empresa). Na

psicologia o olhar holístico é uma das bases na Gestalt-Terapia de Fritz Perls⁶⁹, entretanto nesse contexto de conteúdo digital institucional colocamos o discurso da psicóloga em relação com o “holismo” como integrado no universo no empreendedorismo.

As postagens “visão holística empresarial: entenda o que é, a importância e como desenvolver” promovida pelo site Sólides e “10 traços obrigatórios de um empreendedor holístico próspero”, da incubadora e aceleradora online Faster Capital⁷⁰, nos indicam as tendências discursivas sobre este tópico no meio empresarial focalizando instituições e o sujeito empreendedor, respectivamente.

A primeira nos indica que o pensamento holístico no mundo corporativo objetiva observar e gerir de maneira macro em detrimento à individualização de tarefas e setores. Em tese, o gestor adquire conhecimento aprofundado da empresa e seus colaboradores (trabalhadores subordinados), melhorando relações entre as equipes e resolução de problemas e proporcionando sentimento de pertencimento e motivação.

O site indica passos para aplicação da visão holística na empresa, tais quais a) realização de diagnóstico dos setores, suas demandas e perfil dos colaboradores; b) conhecer seus concorrentes através de avaliações de forma a ter insights para motivar e engajar o time e demais líderes; c) determinação de essência, missão e valores da organização; d) desenvolvimento de política empresarial.

A segunda postagem centraliza o sujeito, estendendo a aplicação da lógica empresarial para uma dimensão subjetiva, os traços listados são: paixão e propósito; mentalidade holística; fortes habilidades de comunicação; adaptabilidade e flexibilidade; aprendizagem e crescimento contínuos; Resiliência e perseverança; espírito colaborativo; abordagem centrada no cliente; Gerenciamento de tempo efetivo; Savvy financeiro; autenticidade e integridade; abraçando a tecnologia.

No segundo tópico, mentalidade holística, o site indica que para prosperar o empresário holístico precisa incluir maneiras de pensar e viver que reconheçam a interconectividade de todos os aspectos da vida. Uma das maneiras indicadas é a consideração de que o trabalho é apenas um aspecto da vida e, por isso, prosperar demanda atenção com

⁶⁹ Segundo Holanda (1998, p.38), a concepção holística é “uma das características mais centrais na Gestalt-Terapia, e está hoje disseminada na ciência em geral, a partir da teoria do Caos. Em termos gerais, isto é um resgate da concepção heraclítica da realidade.

⁷⁰ “A Sólides é uma empresa de tecnologia para a Gestão de Pessoas de pequenas e médias empresas de todo o Brasil. Líder em inovação, a companhia oferece soluções completas e metodologias exclusivas para atrair, desenvolver e reter talentos, aumentar a eficiência e produtividade dos negócios” (Solides, 2024). A Faster Capital é uma incubadora e aceleradora online criada em 2010, formou 20 startups funcionais no presente e já auxiliou 454 startups em seu programa de aceleração (Faster Capital, 2024, tradução nossa)

saúde, relacionamentos e crescimento pessoal.

Ainda neste tópico, é indicado uma mudança de perspectiva em relação aos desafios que devem ser vistos como oportunidades de crescimento e aprendizado, quando ocorre uma queda nas vendas o empresário holístico deve observar essa situação como oportunidade de reavaliar suas estratégias de marketing, por exemplo. Por fim, a visão do empresário holístico deve cultivar a mentalidade de crescimento, caracterizada pelo entendimento de que habilidades podem ser desenvolvidas por meio da dedicação e trabalho duro.

Desta forma, destacando as projeções de Déborah ao futuro da saúde, estas vozes empresarias, transmitidas em um discurso bivocal de orientação única, estão presentes valorando positivamente a ampliação do comprometimento com diversas esferas da vida para a prosperidade, de forma que a saúde possa assumir “serviços e produtos com novos formatos, em novos canais, em novos espaços...” (l. 4-5) para pacientes e clientes, para além do atendimento clínico. Por isso, Déborah destaca inicialmente que esse olhar é mais humano, em convergência com as tendências do universo corporativo de que o olhar holístico divisa os sujeitos (os/as funcionários/as) como pertencentes do todo, colaboradores substanciais para a instituição.

Ou seja, ainda que na superfície enunciativa pareça tratar do futuro do profissional de saúde no geral (em sua gama de possibilidades de atuação clínica), na verdade a psicóloga considera principalmente a dimensão empresarial (lembrando sua atuação no âmbito organizacional do BB Seguros) e expande essa possibilidade ao público-alvo. A afirmação da difusão da saúde em novos serviços e produtos é encadeada na tessitura do enunciado como consequência dessas transformações.

Esse signo ideológicos “saúde” (da linha 3) reflete e refrata o profissional da saúde, quem precisará cumprir os novos serviços e produtos em novos canais e espaços. Déborah sinaliza entrelinhas que o/a profissional precisará estar apto para além das especificidades da formação em medicina e psicologia (ou “fugir só da parte técnica”, em consonância com Monalisa). Novamente as vozes neoliberais centradas na diferenciação do sujeito-empresa são deflagradas, na prospecção de que para vencer o jogo econômico é preciso investir em diversas esferas da vida, aqui na seção “pergunta bomba” para além da formação acadêmica.

Enquanto isso, chamamos atenção para a indicação de “novos espaços” (l. 4) em relação dialógica com aquele espaço que os jovens ocupam e ocuparão, como citado por Davi na introdução do episódio quando preconiza que “Nossa ideia é [...] principalmente, chegar ao lugar que nossa geração ocupa hoje e que vai ocupar amanhã no mercado de trabalho”. No

enunciado de Déborah não há especificação, mas no contexto de produção, circulação e recepção entendemos que está lógica é estendida ao ambiente digital-empresarial em detrimento do consultório particular ou do hospital.

O discurso de Monalisa nos traz dicas destes possíveis espaços pela quebra com a tradição centrada na parte técnica que é entendida como um básico, conectado à sua apresentação na introdução onde cita seu trabalho com a internet. Déborah, ao defender à expansão da saúde para novos formatos e canais, apoia não só a colega de entrevista ao subentender o aspecto digital como também justifica sua própria atuação na empresa Banco do Brasil, lidando com produtividade e questões econômicas.

A próxima subseção “olhando para frente” é apresentada em seguida sem nenhuma transição oral como agradecimentos ou comentários de Davi sobre as respostas das entrevistadas, afetando a simulação de diálogo descontraído até então exposto. Isso ocorre devido ao projeto enunciativo do programa que busca pelo desenvolvimento do tópico já abordado anteriormente (a “pergunta bomba” sobre o que acontecerá no futuro), por meio do recurso visual.

Ocorre então uma projeção lógica, partindo do pressuposto sobre o futuro da saúde para um olhar afrente. Seguindo o aspecto mais objetivo adotado nesses últimos segundos, após o título da nova subseção aparecer na tela, Davi surge fazendo a próxima pergunta destinada às profissionais:

1	O que mudou, na visão de vocês, comparando o que vocês imaginavam para as carreiras quando vocês estavam na faculdade comparado com o que vocês vivem hoje na prática. Tá muito diferente uma coisa da outra?
2	
3	

(02:34-02:45)

A questão colocada têm relação direta com os ditos anteriores, aqui através da proposta de relato pessoal na qual as entrevistadas devem traçar um comparativo entre suas vivências enquanto universitárias e na atualidade como profissionais já alocadas no mercado de trabalho. No projeto enunciativo da empresa, essa pergunta parece desencadeada através dos espaços de ocupação que a empresa busca descobrir/apontar aos jovens.

A proposta é fazer esse deslocamento das profissionais colocá-las novamente naquela situação de projeções ao futuro, quando eram apenas estudantes como uma parte do público-alvo da propaganda, um meio de identificação possível à juventude. Além disso, é feita pela previsão das prováveis respostas afirmativas das profissionais, ocorrendo a instauração de um

discurso bivocal de tipo ativo, aquele no qual as palavras de outros não entram de fato no contexto aural, mas neles podemos sentir sua interferência.

Isso significa que a empresa (ou mais especificamente a direção do programa) pensa nas distintas percepções da vida e do mundo que costumam ocorrer quando se é jovem em comparação com a vida adulta e utilizam desse aspecto para formulação de uma pergunta integrada ao projeto enunciativo do episódio. Assim, a empresa busca tratar sobre o futuro da carreira dos profissionais da saúde, mais íntimos dos meios digitais e capazes de empreenderem diferentes produtos e serviços, para estudantes inexperientes que já idealizam ideias sobre um leque de possibilidades de atuação nos próximos anos.

Gostaríamos de enfatizar a utilização os signos ideológicos “imaginavam” (l. 1) e “vivem” (l. 3) pois nesse contexto indicam uma relação tensa entre expectativas e realidade sobre a vida profissional e adulta. Através desta formulação, a roteirização da empresa reserva ao ambiente acadêmico uma definição de local onde se criam ilusões sobre o mercado de trabalho enquanto viver na prática aparece como experimentar um mundo real, crível e dinâmico.

Assim, ser jovem está ligado às ilusões proporcionadas pela pouca experiência de vida somadas à circulação em ambientes que alienam (aqui representado pela universidade), enquanto ser adulto representa trabalhar para além da especificidade acadêmica. Ocorre uma provocação ao que seria a prática de se concentrar apenas na “parte técnica”, enquanto fora da academia as habilidades necessárias seriam atualizáveis e ampliadas à distintos espaços tais quais as plataformas digitais.

A primeira resposta à essa pergunta advém de Débora:

1	Se alguém chegasse para mim no primeiro ano de faculdade e falasse “olha, daqui
2	a 12, 13 anos, você vai tá atuando dentro do banco do Brasil com psicologia e fora

3	do banco do Brasil com psicologia, muito baseada nas redes sociais”, eu ia dizer
4	“você tá maluco!” (risos). Mas as coisas elas mudam muito. Eu acho que quando
5	a gente vai pensar num planejamento de carreira, Davi, é importante a gente não
6	considerar só o que a gente gosta de estudar, claro que a gente precisa gostar do
7	que a gente vai fazer, mas é importante considerar também assim, qual que é a
8	rotina daquele profissional, com quem que ele vai interagir, que tipo de
9	competência que você tem que ter, e ter mentores. Se você puder ter um mentor,
10	alguém que já atua naquela área pra ti contar como é o dia-a-dia, a vida real. Pra
11	você ver se aquilo combina com a sua personalidade, combina com seus valores
12	personais, faz sentido pra sua vida, sabe? Então mudou bastante (risos)

(02:46-03:38)

A psicóloga responde de forma mais extensa, em comparação com os enunciados anteriores. Inicia ilustrando um diálogo imaginário, em interlocução com alguém no passado fazendo a suposição sobre seu futuro trabalhando dentro e fora do Banco do Brasil, posteriormente afirma que as coisas mudam muito. Em seguida, focaliza a construção de um planejamento de carreira que supere apenas o aspecto gostar de estudar e inclua rotina, público, habilidades necessárias... Por fim fala sobre ter um mentor, procurar contato com pessoas que atuam na área pretendida e afirma que mudou bastante de forma humorada.

Temos aqui um enunciado estruturado nas partes interação imaginária-planejamento de carreira-importância da mentoria-resposta direta afirmativa sobre mudança entre expectativa e realidade. Em um primeiro momento, o recurso utilizado para falar sobre o passado e o futuro engendra descontração no diálogo, como forma responder sem o tom professoral que geralmente ocorrem em entrevistas.

Diferentemente da subseção anterior, a locutora especifica sua atuação como psicóloga e funcionária do Banco do Brasil, acentuando seu trabalho com a psicologia na instituição. Além disso, utiliza o excedente de visão na construção de sua imagem juvenil como alguém descrente da possibilidade de atuar fora de um consultório, mobilizando o imaginário sobre o mercado de trabalho quando se é estudante. Ou seja, enquanto adulta que responde pela instituição no programa, dá suporte para a projeção de uma juventude com ideias ilusórias pela centralização de sua pessoa no passado, que ficaria incrédula pela suposição de que ocuparia tais espaços atualmente.

As expressões faciais de Débora, ao iniciar a simulação de diálogo do passado,

ocorrem pela contração do rosto e levantamento de sobrancelhas, além do estreitamento dos lábios durante seu desenrolar, primeiramente sinalizando nojo ou desaprovação suscitado pela suposição absurda e depois descrença.

Figura 26: expressões de Déborah



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

Sendo assim, a resposta simulada “você tá maluco!” incute um discurso bivocal de orientação vária, na simulação de diálogo do passado com vozes de descrença em um futuro de prosperidade na psicologia. Ao estabelecer esta polêmica aberta, Déborah delimita que a ideia de atuar no mundo empresarial e na internet sendo da psicologia é absurda ou impossível, posicionamentos intensificados pelas expressões faciais. A afirmação de que “as coisas mudam muito” (l. 4), em seguida, refrangem a experiência pessoal da psicóloga que, direcionada ao público-alvo centrado na imagem de Davi, se apropria do lugar de autoridade para afirmar entrelinhas o quanto as prospecções dos universitários costumam ser falsas ou ilusórias.

Enquanto isso, a ênfase nas mídias digitais dialoga diretamente com a proposta desenvolvida ao longo do vídeo, como apontada por nós no olhar para as respostas anteriores. No enunciado, aparece nesta simulação de interação do passado finalizando o movimento de especificação da atividade que a profissional desenvolve hoje “muito baseada nas redes sociais” (l. 3). Nessa conjuntura, as mídias sociais aparecem como uma plataforma de trabalho e um espaço no qual os jovens ocupam hoje e ocuparão no futuro, a discussão sobre teoria e prática servem como arquétipo da valorização da economia de plataforma e consequente criação de renda através de iniciativas online.

Débora inclui abertamente o trabalho na e pela internet como possibilidade para o sujeito em formação, aqui aos da área de saúde. Este espaço é o mesmo indicado na resposta anterior quando trata dos novos produtos e serviços da medicina em diferentes canais e

formatos, não especificados em um primeiro momento. Sendo assim, ela indica a incorporação dos conhecimentos gerados na formação universitária para o trabalho na internet, criando serviços como atendimento online e consultorias, produtos como cursos e vídeos para as redes sociais.

Déborah busca expandir o horizonte do espectador imaginado assumindo o papel de consultoria despretensiosa, delimitando “dicas” valiosas para preparação do futuro com base em sua experiência de vida mas de forma humorada. Ao citar o planejamento de carreira, indica que o estudante precisa considerar outros pontos além de gostar do estudo sobre o assunto, novamente fazendo menção à superação da ideia de parte técnica e teórica disponibilizada durante a graduação.

Na dimensão do imaginário, traz critérios supostamente novos a serem arguidos, tais quais o público do serviço, rotina e competências a serem desenvolvidas. As características necessárias pela projeção de Déborah podem ser estendidas à criação de negócios e ao empreendimento, em conjunto com os enunciados anteriormente proferidos – no investimento de si próprio, o futuro profissional precisa encarar aspectos reais de sua atuação (do seu existir no mundo corporativo), subjugado às necessidades do mercado de trabalho.

O signo ideológico “competência” (l. 9), nesse cenário, aponta para o desenvolvimento de habilidades que não as técnicas e teóricas, para aquilo que os cursos de medicina e psicologia não abordam em suas disciplinas, quase como valores a serem desenvolvidos pelos sujeitos que precisam estar alinhados com as necessidades dos empregadores. Algumas dessas competências seriam boa comunicação, proatividade, organização, curiosidade, intimidade com softwares etc. Por fim, cita a mentoria que é muito comum no meio empresarial e que ganhou mais relevância social pela profissionalização de agentes que aplicam essa metodologia, bem como pela a midiatização do coaching nos últimos anos. O mentoring, como chamado na esfera empresarial, está integrado à Psicologia Organizacional e do Trabalho e mantém uma interface com o coaching (Silva et al., 2018,)

Os autores ainda acrescentam que o mentoring envolve a transmissão do conhecimento pelo indivíduo que tem domínio específico sobre determinada atividade na empresa para o outro com menos experiência, enquanto o coaching diz respeito relação onde o coach conduz o processo de aprendizagem do coachee ou aprendiz, sem necessariamente ter expertise na área. (Silva et al., 2018). Assim, ambos profissionais ou técnicos tem função de contribuir para o desenvolvimento de habilidades daqueles menos experientes em determinadas áreas de atuação, objetivando o alcance de metas e maior produtividade do trabalhador.

Embora estes processos sejam difundidos nas empresas há décadas, a prática do coaching tornou-se amplamente popular nas mais diversas esferas de atividade humana no Brasil, inclusive para além do trabalho. Em sua dissertação, Carvalho (2022, p. 44) traz na sessão “o coaching nas plataformas digitais” apontamentos relevantes sobre este fenômeno na atualidade.

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* 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.

Sendo assim, o coaching que antes dizia respeito ao treinamento de funcionários inexperientes dentro das empresas para produtividade, hoje disseminou-se em agentes que prometem domínio sobre algum tópico e vendem seus serviços de coaching para determinados objetivos tais quais relacionamentos, liderança, espiritualidade, autoestima, a vida (life coaching) etc. Houve uma ampla formalização e capacitação de sujeitos pretensiosamente capazes de treinarem seus clientes para aspectos de sua vida íntima, por meio de metodologias que se pretendem motivacionais, estendendo à prática empresarial à outras esferas da vida.

Enquanto isso, o mentoring ainda é tido com uma atividade dentro das empresas, na relação entre seus funcionários de mais ou menos tempo de experiência na área e que se auxiliam em treinamento para alcance de metas. Ainda que em sua maioria seja praticado por funcionários mais velhos em relação aos que estão iniciando no mercado de trabalho, muitas empresas incentivam que os mais jovens auxiliem aqueles de outras gerações anteriores com tecnologia (Zenklub, 2022).

Voltando as dicas concedidas por Déborah, possuir um mentor aparece como uma ótima oportunidade para quem ainda está estudando, que não entrou efetivamente no mercado de trabalho. A psicóloga indica uma prática fortemente interligada ao ambiente empresarial para os acadêmicos que ainda não estão inseridos nestes limites, refrangindo o trabalho com psicologia no universo corporativo como um objetivo a ser alcançado.

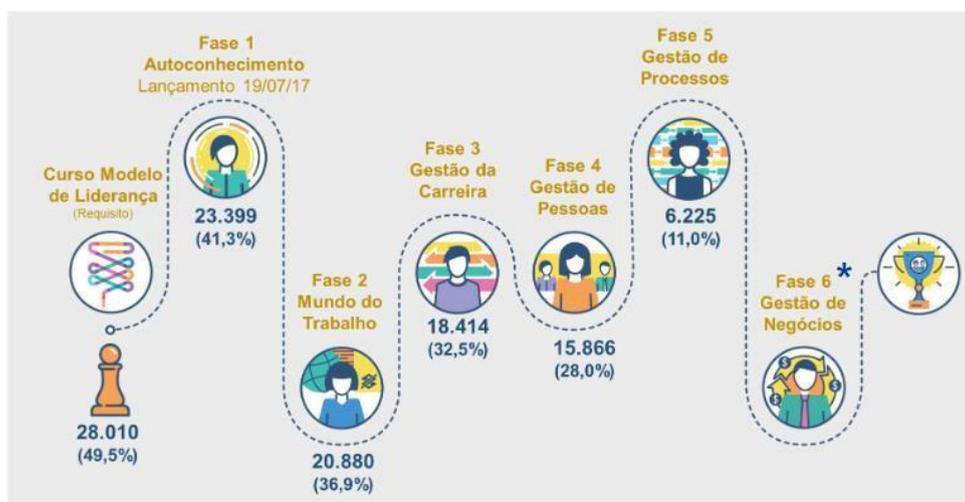
Estas vozes empresariais entram no discurso configurado como bivocal de orientação única, de forma que a voz da entrevistada e vozes de defesa do mentoring empresarial seguem o mesmo direcionamento de sentidos: tenha um mentor e se encontre no mercado de trabalho para obter sucesso.

Além disso, destacamos as possíveis vantagens listadas por Déborah na indicação de que o espectador tenha um mentor: conhecer a rotina, a vida real, se o trabalho combina com personalidades e valores do estudante, se faz sentido para a vida dele. Estes aspectos estão inter-relacionados com as indicações anteriores feitas por ela quando explora o planejamento de carreira, incutindo uma progressão lógica no enunciado.

Assim, em um primeiro momento, há indicações de questões a serem encaradas ao pensar no futuro profissional e, posteriormente, a figura do mentor aparece como meio de sanar estas dúvidas de forma prática. Essa pessoa com experiência é apontada como o responsável por mostrar a vida real para o estudante iludido, capaz de responder se determinada área de atuação corresponde com ele ou não. O tópico vida real reitera a profissão como uma experiência crível e um espaço de formação em paralelo à universidade, onde haveria incentivo à criação de falsas ideias sobre o mundo do trabalho.

Estabelecemos relações dialógicas entre o enunciado de Déborah e os discursos sobre os projetos institucionais do Banco do Brasil aos funcionários, por intermédio da UniBB em seus relatórios anuais. O programa de desenvolvimento “Game Desenvolver”, por exemplo, foi uma jornada de cursos preparatórios subsequentes com diversas temáticas, onde o funcionário precisava começar de uma primeira atividade para poder participar da próxima (como se estivesse passando de fase em um jogo).

Figura 27: O game Desenvolver



Fonte: Relatório anual UniBB de 2017

O estrutura em pré-requisitos e as temáticas abordadas demonstram o caráter educativo

do programa, partindo de modelos de liderança (em 2018 chamada de jornada “Líder de si mesmo”) até a gestão de negócios, um desenvolvimento específico relacionado às competências que o banco procurou contribuir aos funcionários. Destacamos, porém, as fases autoconhecimento, mundo do trabalho e gestão de pessoas, que são temáticas também abordadas no enunciado de Déborah e apontadas como tópicos importantes aos estudantes preocupados com o futuro do trabalho. Ressaltamos, por isso, que o futuro projetado por Déborah se refere predominantemente à atuação no meio empresarial, aqui nesse contexto inspirado nos programas de desenvolvimento do Banco do Brasil.

O relatório da UniBB de 2018 ainda informa sobre o game DesEnvolVer, naquele ano:

No Game, os participantes contaram ainda com apoio de um mentor denominado Oráculo, para auxiliá-los a trilhar o seu desenvolvimento durante a Jornada Transformação Digital. A mentoria pretende estabelecer uma relação consistente entre mentores e mentorados, por meio do compartilhamento de conhecimentos e experiências, sob os aspectos técnico e comportamental, influenciando positivamente a vida pessoal e profissional dos envolvidos.

A mentoria aparece como aspecto fundamental para desenvolvimento do projeto formativo, os mentores (ou oráculos) fazem papel de auxiliar no encontro subjetivo do funcionário (ou herói) com sua capacidade de liderança, através do compartilhamento de conhecimento e experiências sob aspectos técnicos e comportamentais, bem como influência para vida profissional e pessoal do mentorando.

As indicações do relatório coincidem com as de Déborah, ainda que o contexto (de produção, circulação e recepção) dos enunciados sejam diferentes, unidos pelo trato das indicações sobre o papel do mentor para desenvolvimento do funcionário e da empresa pela disponibilização de oportunidades formativas para a vida pessoal e profissional. No plano da empresa enquanto locutora que disponibiliza um enunciado verbo-visual roteirizado, editado e direcionado ao público-alvo no Youtube, destacamos que estas relações dialógicas são possíveis devido à instância de produção Banco do Brasil, responsável pelos conteúdos vídeo para o Youtube e relatório anual.

Tais questões, novamente, são para além da parte técnica, na relação do trabalho com a vida do sujeito em seus outros aspectos “pra você ver se aquilo combina com a sua personalidade, combina com seus valores pessoais, faz sentido pra sua vida, sabe?” (l. 10-12). O mundo empresarial aparece como espaço de identificação, em consonância com o atendimento “humano” citado na subseção anterior por Déborah. Por outro prisma, as próprias entrevistas aparecem como figuras capazes de um fazer inspirar na projeção do discurso propagandista pela empresa, modelos de sucesso a serem seguidos pelo público-alvo e

mentoras com experiência na área que estão oportunizando conhecimentos através do programa.

As vozes neoliberais de valorização do sujeito máquina, que investe a si mesmo no trabalho através de suas competências físicas e psicológicas, aparecem aqui pela projeção do encontro harmonioso entre as características da carreira empresarial e os valores pessoais do sujeito. Déborah funde seu discurso com estas vozes em um discurso bivocal de orientação única e as recobre com um tom afetuoso e preocupado, demonstrando empatia com o espectador.

Após a resposta de Déborah não há comentários ou questões postas, mas dessa vez Davi pergunta para a outra entrevistada sua opinião “e você Monalisa?”, ao invés de haver corte abrupto entre as respostas como na subseção anterior:

1	Eu sempre quis fazer medicina, então sabia que essa área que eu queria seguir.
2	Então eu já gostava, já tinha aquela aptidão. Mas eu nunca imaginei que ia
3	acontecer da forma que tá acontecendo e que no final das contas eu iria estar
4	atuando na Medicina e em outras áreas da forma que está acontecendo.

(03:39-03:59)

Enquanto Déborah partiu de uma simulação de diálogo no seu passado universitário e configurou uma longa resposta aos parâmetros até então indicados pelo programa, Monalisa volta ainda mais no tempo trazendo a medicina como uma aptidão de nascença e resume esse salto no tempo com a indicação de surpresa sobre atuar nessa área e em outras da forma como está acontecendo, baseando-se na estrutura utilizada pela psicóloga.

Seu relato é mais simples e objetivo. Considerando o tempo médio de 16 minutos de todos os episódios do programa “O futuro do trampo”, acreditamos que essa objetividade é adotada devido o tempo estipulado pela empresa na roteirização do vídeo.

O enunciado da médica dermatologista se volta ao trabalho com as redes sociais, ao mercado de influência e produção de conteúdo audiovisual online quando indica “e em outras áreas da forma que está acontecendo” (l. 4). Sendo assim, reitera as afirmações feitas anteriormente nas outras subseções, um pouco mais precisa sobre o futuro da saúde com surgimento de oportunidades para além dos estudos técnicos ao sinalizar que sua expectativa também mudou ao longo do tempo, pela experiência profissional.

Notamos uma relação estabelecida com os ditos da colega entrevistada na indicação de que a atuação no mercado de trabalho precisa estar de acordo com seus valores pessoais, aqui

na relação entre atuação e aptidão. Monalisa não fala, entretanto, sobre possuir uma relação estreita com comunicação e o mercado de influência, subentendendo que o sujeito pode descobrir características e habilidades novas ao longo do processo de maturidade.

A resposta protocolar é direcionada em convergência com a pergunta de Davi que supunha uma confirmação sobre a mudança entre o imaginário de trabalho no passado e a atuação profissional no presente. Além disso, é acompanhada pelas afirmações anteriores de Déborah, na concepção de distinção entre imaginário universitário e experimentação de um mundo “real”

Em derradeiro, Monalisa se orienta ao discurso de Débora através dessa distinção entre teoria e prática, ao discurso de Davi no estabelecimento da resposta positiva à pergunta e ainda as vozes neoliberais de valorização do empreendimento para além da área de formação. Este coro de vozes entram no enunciado através da instauração, novamente, do discurso bivocal de orientação única de forma que Monalisa integra estas outras vozes e as recobre com seus próprios valores de aptidão e esforço.

A resposta de Monaliza ainda não demarca o fim da subseção, pois conta com a próxima pergunta de Davi:

1	Como é que vocês se enxergam em dez anos? Tipo, vocês se veem fazendo o que,
2	se veem fazendo um pouco mais do que vocês já fazem, alguma coisa
3	completamente diferente? “Não, quero largar a medicina, quero fazer alguma coisa
4	diferente”?

(04:00-04:11)

Após uma proposta de volta ao passado na comparação com o presente, a roteirização do programa se volta ao futuro das entrevistadas. Davi segue a determinação do programa roteirizado, reproduzindo o discurso da empresa em estilo pictórico indicado pela primeira questão “como vocês se enxergam em dez anos?” (l. 1). Posteriormente amplia a pergunta, instaurando o discurso bivocal de tipo ativo, refrangindo o discurso da empresa na premeditação das possíveis respostas: “se veem fazendo o que” (l. 1), “um pouco mais do que vocês já fazem”, (l. 2) e “alguma coisa completamente diferente?” (l. 2-3).

No final da pergunta, se projeta enquanto entrevistado, simulando uma possível resposta das profissionais “Não, quero largar a medicina, quero fazer alguma coisa diferente” (l. 3-4). Enquanto profere essa sentença, encena com o corpo em um gestual de juntar os braços ao corpo e depois os abre com as mãos para cima, como quem está cansado e

“explode” tomando uma atitude emotiva e não-racional. Enquanto isso, seu rosto estampa um sorriso, indicando a valoração de humor sobre essa encenação:

Figura 28: movimento de Davi



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

As entrevistas intensificam seus sorrisos durante a simulação de Davi, direcionando-os para dois caminhos distintos: aceitação do caráter cômico da interpretação de Davi, no clima de humor e descontração que é instaurado em alguns momentos da simulação de entrevista como esse; entendimento de que esse tipo de resposta seria risível e não profissional, descartando-a enquanto possibilidade.

Ou seja, Davi faz uma encenação cômica que ironiza apenas a segunda possibilidade de resposta enquanto a primeira é tida como algo mais recomendado e correto. A paródia feita pela antecipação da resposta alheia, elevada ao ridículo na encenação de uma atitude não-racional, configura aqui um discurso bivocal de orientação vária de forma que o apresentador estabelece uma polêmica aberta com os discursos das entrevistadas.

Seu projeto enunciativo delineado pela utilização de palavras alheias em estilo pictórico, prepara um cenário de não obstrução entre profissão e formação universitária, indicando que os campos (saúde e trabalho com internet) devem se integrar e o conteúdo temático saúde não pode ser substituído por completo em vista do trabalho integral com as mídias digitais. Quando sinaliza “fazendo um pouco mais do que já fazem” em relação com “(fazer) alguma coisa completamente diferente”, sugere duas possibilidades específicas e aponta a primeira como a mais coerente.

Apenas Déborah, que é funcionária da empresa responsável pelo programa, responde a essa pergunta seguindo as recomendações subentendidas por Davi:

1	Eu acho que tem duas coisas principais. Eu pretendo continuar atuando dentro do
2	Banco do Brasil, é uma grande empresa. O trabalho que eu faço lá em prol dos
3	meus colegas, em prol da empresa, utilizando o meu conhecimento, eu acho que é
4	valioso e me dá muito prazer de fazer. Eu vou continuar utilizando as plataformas
5	que existirem para me comunicar com as pessoas

(04:11-04:31)

O tom adotado é o de valorização institucional, caracterizado pela atribuição de qualidades direcionadas para a empresa Banco do Brasil. Déborah indica sua experiência nos limites do referido banco como fornecedora de prazer e reconhecimento, pela possibilidade de atuar positivamente em relação aos colegas e à empresa. Em seguida fala das plataformas como meios de comunicação com pessoas, indicando um “fazer um pouco mais do que já faz”.

A edição do episódio brinca com a afirmação de Débora, logo após citar que o BB é uma grande empresa. O vídeo é pausado e no frame aparece uma montagem da tela em preto e branco, e o escrito em fonte grande #ORGULHOdaFIRMA. A utilização da hashtag é uma tendência por parte da empresa, como já demonstrado em outros momentos, na busca de conexão com um público mais jovem e ligado às mídias digitais.

Figura 29: Edição do *frame* pela empresa



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

A arte criada segue o mesmo padrão da anterior, quando Davi diz que espera ter falado o sobrenome Lazzarini corretamente. Embora antes tivéssemos um vídeo em preto e branco do apresentador conversando, como forma de sinalizar um corte dos bastidores, dessa vez há

uma simulação de voz da empresa que comunica ao espectador que Déborah é um orgulho pelo escrito na tela, devolvendo o elogio. Essa construção evidencia, de forma mais ampla, uma tentativa de mostrar proximidade entre empresa (ou gerência da empresa) e funcionários, de forma que o BB seja um espaço acolhedor e oportunizador.

Além disso, Déborah faz uma autopromoção como pessoa que contribui positivamente para a instituição financeira, através do conhecimento (tanto o técnico universitário quanto o da experiência na área) integrando estas fontes como meio de alcançar a realização profissional e pessoal, isto é o prazer pelo trabalho, uma oportunidade valiosa que traz completude para a vida. Aqui há a instauração do discurso propagandista, em um fazer sentir vontade de trabalhar no Banco do Brasil como meio de entrar para o mercado de trabalho e possuir sucesso no mundo corporativo.

Retomamos as concepções de Harvey (2014) que explora a visão neoliberal da expropriação do trabalho pela visão de que trabalhar para o outro é encarado como trabalhar para si mesmo, enquanto produzir para mais que os colegas qualifica o sujeito em termos de realização pessoal. Aqui, Déborah valoriza sua atuação no BB pela possibilidade de evolução e ganho imaterial, colocando seu lado profissional e particular em um mesmo plano, acresce ainda o trabalho para auxiliar e ajudar os colegas através do seu maior conhecimento.

A psicóloga faz uma fusão entre seu discurso de experiência pessoal e o discurso neoliberal centrado nessa valoração sobre o trabalho enquanto um ambiente competitivo ideal, configurando um discurso bivocal de orientação única que possibilita inclusive a competição como meio de inspiração e motivação aos trabalhadores: um sujeito que tem mais conhecimento (ou que produz mais) é reconhecido pelo empregador e contribui para que os colegas reproduzam o mesmo esforço em busca desse reconhecimento.

O discurso bivocal de orientação única integra o discurso de valorização institucional do BB propiciadora de prazer e oportunidade (esta última refletida e refratada pelo signo “valioso” (l. 4)). Déborah utiliza as palavras de publicização da empresa que assegura um ambiente favorável à estas sensações em seus limites, no qual o melhor trabalhador serve de exemplo aos colegas enquanto cria valor para a empresa, em uma dimensão subjetiva de progresso no jogo pela prosperidade.

Enquanto isso, a segunda das “coisas principais” (l. 1) citadas por Déborah é a relação com pessoas por intermédio das plataformas digitais, voltando-se aos espaços e canais ocupados pelos profissionais da área da saúde, inclusive o Youtube que é a mídia na qual o programa foi postado. Déborah inclui estes instrumentos para o trabalho no interior na

empresa, bem como se refere ao trabalho para fora, atendendo pacientes e clientes através de encontros online e promoção de outras atividades no Instagram, X, Facebook, LinkedIn etc, tendo em vista que são locais de divulgação e publicidade que oportunizam novos laços.

Em relação à pergunta feita por Davi, então, Déborah confirma que para os próximos anos pretende continuar na empresa e que busca pela utilização cada vez intensa das plataformas digitais capazes de aproximá-la das pessoas. Percebe-se novamente a compreensão de que sinalizar um futuro totalmente diferente deste atual (para fora da empresa) não seria uma resposta coerente do ponto de vista do referido banco no programa, de forma que Déborah não só fala de sua permanência através de elogios, mas também esse “fazer mais” a partir das mídias dentro e fora do BB.

Nesse cenário, os signos “grande” (l. 1), “valioso” (l. 4) e “prazer” (l. 4) são valores acoplados ao trabalho no BB, servindo inclusive como subterfúgio para enaltecimento da vida corporativa de uma forma mais ampla. Enquanto isso, as plataformas são novos instrumentos para trabalho dentro e fora da empresa, em referência à criação de tenda em uma economia de plataforma, um conhecimento que supera o ensino da parte técnica nos cursos de medicina e psicologia. A psicóloga contribui, assim, para o projeto enunciativo do banco em seu lugar de consultoria e modelo de sucesso ao espectador do episódio, quando indica que continuará utilizando estas plataformas enquanto meio de criar oportunidades e lucro.

A discurso de qualificação institucional de Déborah vem na contramão das críticas sociais direcionadas aos bancos, sobretudo advindas de seus funcionários que correm risco de desligamento. Uma de suas causas é indicada por Druk (2021, p. 17) quando retrata o processo de reestruturação organizacional destas empresas (com enfoque na Petrobras e BB) desde 2016, no bojo de uma “razão neoliberal” com os “incentivos a aposentadorias, planos de demissão voluntária, transferências compulsórias, redução de benefícios, com uma diminuição enorme do contingente de trabalhadores concursados ao lado do uso da terceirização e de contratos precários”.

No início de 2020, ano que antecedeu a primeira divulgação do programa “O futuro do trampo”, ocorreram protestos de funcionários do BB e CEF contra a reestruturação em andamento nas duas instituições. Segundo o sindicato de bancários da Bahia (2020), “No BB, as medidas do governo Bolsonaro reduzem a remuneração dos funcionários, extingue cargos e cria outros, alternando o plano de carreira que pode trazer prejuízos também para a Participação nos Lucros e/ou Resultados (PLR)”. Em março, diretores do Sindicatos e funcionários de BB protestaram contra o fechamento de agências e aos programas de

demissão voluntária (FDV), argumentando que só em 2019 foram 409 agências fechadas e 3.699 postos de trabalho destituídos, com 2.346 trabalhadores que aderiram ao PDV, embora o lucro do banco tivesse aumentado naquele ano (SEEB Bauru, 2020)

Ou seja, na medida em que Déborah (em seu papel de funcionária modelo que representa o BB no episódio) qualifica positivamente o banco pelo discurso bivocal de orientação única (acompanhada por vozes da própria instituição), instaura polêmica velada com vozes críticas da precarização do trabalho na empresa e as mobilizações coletivas de protesto, personificadas pelos funcionários afetados por suas reestruturações. A psicóloga do BB não traz as palavras dos funcionários protestantes em sua composição mas a existência destas vozes baliza o direcionamento de sentidos no enunciado, tudo isso em contexto de valorização positiva do merecimento, competitividade e individualidade – responsabilização do sujeito pela seu trajeto no jogo econômico.

O signo ideológico “continuar” (l. 1) aqui, expressa uma escolha ativa por parte de Débora em detrimento ao risco de demissão que recaiu sobre os funcionários protestantes, engendrando o reconhecimento da empresa àqueles que possuem mérito. O enunciado qualifica parte dos trabalhadores na medida em que culpabiliza veladamente os que são desligados da empresa.

4.2 MUDANDO DE ASSUNTO E DICAS FINAIS

Após uma parte dedicada a mostrar vídeos enviados por estudantes com perguntas para as profissionais, na tela é introduzida a nova seção por meio do mesmo recurso já utilizado anteriormente: os enquadramentos dos personagens são substituídas pelo título da subseção seguinte brilhando em amarelo e azul.

O título “mudando de assunto” indica um novo direcionamento ao diálogo até então apresentado na superfície discursiva do episódio, de focalização ao futuro dos profissionais na área da saúde. Apontamos que, na verdade, até aqui outras questões foram abordadas para além da formação técnica e saúde. Davi aparece em seguida, formulando uma nova pergunta sobre saúde financeira.

1	Eu queria falar sobre saúde... Só que dessa vez tangenciar um pouco para a saúde
2	financeira, que é um assunto que eu curto muito falar com a galera, principalmente
3	com os jovens. Eu quero saber como é que vocês se organizam com esse assunto
4	e quais são as dicas que vocês dão para a galera que está começando agora na área
5	da saúde ou que já está na área da saúde a mais tempo? O que eles deveriam saber
6	sobre essa parada?

(11:34-11:59)

Ao iniciar seu enunciado, Davi faz uma brincadeira em relação à expectativa das entrevistadas que se mostram brevemente confusas pois o episódio até ali desenvolvera uma pretensa discussão sobre a saúde. A especificação da saúde financeira é recebida com sorrisos das profissionais (principalmente de Débora ao balançar a cabeça em afirmação e os olhos fechados) e o apresentador esclarece que é um assunto do seu próprio interesse, principalmente ao se tratar da relação entre juventude e empreendedorismo. A pergunta diz respeito a curiosidade sobre como elas se organizam financeiramente e dicas para os espectadores, dessa vez incluindo os trabalhadores que já estão atuando na área.

Sobre essa brincadeira, chamamos atenção para as expressões das convidadas antes e depois, respectivamente, da especificação sobre a saúde financeira:

Figura 29: expressões das entrevistas



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

Nesse contexto, as expressões ocorrem pelo alívio de perceber que a pergunta tem

sentido e pelo reconhecimento de que Davi ganhou relevância midiática nacional justamente por lidar com o mundo dos negócios - investindo e empreendendo desde criança. As entrevistadas levam em conta o complemento feito por Davi à pergunta “que é um assunto que eu curto muito falar com a galera”, sinalizando compreensão de todo esse contexto e consideração do papel de Davi como entrevistador do programa “O futuro do trampo”.

Essa interação busca disfarçar a roteirização do episódio, como se Davi possuísse autoridade para formular as perguntas ao invés do banco, além de sinalizar ao público iniciativa e personalidade forte concedidas pela vivência no mundo empreendedor (baseado na ideia que transformação do ser social em indivíduo proativo e superior), no enunciado esse teor é representado pela constante marcação do sujeito “eu queria falar sobre saúde” (l. 1), “que eu curto muito falar” (l. 2) e “eu quero saber” (l. 3). Porém, ao finalizar a pergunta, Davi transfere a interlocução ao espectador “o que eles deveriam saber sobre essa parada?” (l. 5-6), deslocando-se novamente ao papel de representante do público-alvo.

Na formulação da pergunta ecoam vozes neoliberais de valorização da auto responsabilidade e força de vontade para o sucesso nesse contexto, em uma dimensão mais psicológica do sujeito. Estas vozes instauradas no discurso bivocal de orientação única são as mesmas vozes acusativas engendradas na palestra “os segredos da felicidade” na qual Davi, aos 13 anos, falava sobre como a ignorância, o medo e a preguiça impediam o sujeito de iniciar no mundo empreendedor e, logo, de ser feliz. Na dimensão neoliberal, estes estados psíquicos humanos ocorrem por culpa do próprio sujeito que está fora do mercado (social, não empreendedor e infeliz), por falta de força de vontade e passividade, como um ato consciente e inferior.

Retomamos a visão ordoliberal nesse sentido, na concepção de que o pleno emprego não pode ser visto como objetivo de ações governamentais mas sim um estado do sujeito em transição entre uma atividade não rentável e uma atividade mais rentável (Focault, 2022). A falta de renda é vista como atividade ou uma atitude do sujeito que em seu âmago não possui iniciativa e, no contexto do episódio, Davi personifica um modelo para além desse padrão por intermédio do discurso.

Outro aspecto significativo nesta formulação enunciativa é a utilização de termos mais ou menos populares como marcação da identidade juvenil-empREENDEDORA. Colocamos em relação o signo ideológico mais formal “tangenciar” com “curto” (l. 2), “galera” (ls. 2 e 3) e “parada” (l. 6) que são mais coloquiais e utilizados com frequência por sujeitos mais jovens. Ou seja, através de recursos estilísticos do enunciado Davi se pretende mais culto e experiente

por um lado enquanto se mostra descontraído de outro, pela utilização de termos retirados de outras vozes sociais centradas na juventude.

Ao citar a preferência pelo público jovem ao tratar sobre o assuntos financeiros, Davi justificativa o motivo de ter suscitado (pretensamente por conta própria) essa questão da saúde financeira no programa direcionado em sua maior parte para os universitários (que no imaginário coletivo são representados por adolescentes e jovens-adultos). Entretanto, faz uma expansão aos que já atuam na área mas tem dificuldades nesse ponto, justamente pela influência e entendimento do apelo midiático do banco em se dirigir à outros possíveis consumidores (de serviços e produtos). Isso é o que Charaudeau (2019, p.19) indica sobre o discurso das mídias quando afirma que

As mídias acham-se, pois, na contingência de dirigir-se a um grande número de pessoas, ao maior possível, a um número planetário, se possível. Como fazê-lo a não ser despertando o interesse e tocando a afetividade do destinatário da informação?

É instaurada uma dinâmica entre projeções discursivas, na tensão entre Davi que faz um assujeitamento ao falar do seu interesse pelo público jovem e da roteirização da empresa em se voltar a outros públicos e potenciais consumidores (trabalhadores atuantes na área da medicina, em outras áreas e até mesmo aos que estão desempregados). Essa indicação para uma outra parte do público é trazida pela instauração de vozes da empresa e ocorre nesse momento devido o tópico abordado, no qual se especifica o papel da renda pela atuação profissional, de forma que as atividades do banco podem ser mais elaboradas para além da propaganda institucional que geralmente se volta a criação de uma imagem positiva na sociedade sem promoção imediata de produtos e serviços.

Em outras palavras, na discussão sobre saúde financeira podem ser melhor abordados os serviços e produtos disponibilizados pelo banco como cartões, contas-corrente, investimentos, etc. Esse coro de vozes demonstra o colorido da pergunta desenvolvida por Davi, arquitetando o discurso para se direcionar à diferentes públicos e buscando cumprir expectativas de diferentes agentes: o banco, as profissionais entrevistadas, o público-alvo etc.

Déborah e Monalisa, por sua vez, aparecem como mentoras de uma vida financeira organizada, colocadas em papel de autoridade por estarem inseridas no programa e pelo critério da experiência anteriormente elaborado nas outras seções, já que não foram citadas outras formações específicas delas que contribuiriam para esse tópico. Todavia, devido nossa pesquisa de contextualização, sabemos que Déborah tem alguns anos de atuação no Banco do Brasil no setor organizacional, além de pós-graduação em Finanças, investimento e Banking

com foco em economia comportamental, e cursos nessa área. A pergunta, então, parece mais direcionada à ela, trazendo aspectos econômicos tidos como significativos do projeto enunciativo do episódio.

Sua resposta é a mais extensa de todo o episódio:

1	Davi, isso é um problemão, viu? (risos) Te contar que esse é um tema que a gente
2	precisa falar assim, eu tive o privilégio, quando eu entrei no Banco do Brasil eu
3	proveitei todas as oportunidades de conhecer, aprender áreas diferentes, do
4	conhecimento mesmo, me tornei uma profissional mais plural. E eu tive a
5	oportunidade, graças ao banco, de fazer o CEP, então, por um tempo eu atuei
6	como planejadora financeira. Hoje em dia não mais. E o que a gente tem de
7	cenário, Davi? A classe, mais especificamente a classe médica, ela é um dos
8	<i>clusters</i> de cliente que mais tem um nível de endividamento, e a renda não é ruim.
9	Então porque isso acontece? É falta de informação, de conhecimento. Procure
10	por fora, é muito importante a gente conseguir construir um patrimônio e zelar
11	pelo patrimônio. Entender, então, por exemplo, o básico: Porque é importante ter
12	uma previdência privada, porque é importante ter um carteira de investimentos
13	que seja adequada com sua idade, com suas metas de vida, com riscos que você
14	está disposto a correr... Então é um problema da nossa classe como um todo. E o
15	que eu posso dizer é: não espere a faculdade ensinar isso pra vocês. Vão atrás, é
16	imprescindível saber, viu?

(11:59-13-13)

A resposta de Déborah estabelece com maior nitidez o teor propagandista e financeiro do episódio, nesta seção que pretende falar sobre o lado econômico da carreira dos profissionais na área da saúde. Ela expõe que isso é um problema da classe médica, depois de relatar seu histórico na empresa do Banco do Brasil para justificar o lugar de autoridade concedido pelo programa.

De início, a psicóloga expõe a gravidade do problema “um problemão” (l. 1) que em tese não seria amplamente debatido embora fosse necessário. Ocorre um estabelecimento de concordância com o discurso de Davi na formulação da pergunta, mas de forma acentuada pela forma com a qual o enunciado é construído “te contar que esse é um tema que a gente precisa falar assim” (l. 1-2). Ou seja, Déborah expõe a problemática como quem conta uma novidade ao seu interlocutor, algo que alguém da área da saúde com experiência em assunto financeiros pode perceber devido sua experiência nessa esfera.

Como já debatido anteriormente, sob as lentes teóricas da Filosofia de linguagem constituída pelo Círculo de Bakhtin, os sentidos são imprimidos por materialidades sógnicas como a massa sonora da voz, ainda que o sujeito expresse algo que não uma palavra ao interlocutor. Nesse sentido, acrescentamos que a entonação do riso de Déborah, após definir que o tópico é um grande problema, tem contornos de tensionamento, valorizando essa discussão como uma polêmica ou um tabu. A edição do vídeo busca concordar com Débora, de forma que insere a tela de Monalisa balançando a cabeça afirmativamente, pausa o frame e faz a típica construção de tela em preto e branco acompanhada por uma hashtag. Em seguida inserimos as imagens do sorriso tenso de Débora e o frame em Monalisa, respectivamente:

Figura 30: sorriso tenso de Débora



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

Figura 31: edição da reação de Monalisa



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

O sorriso de Déborah, para além do som, é caracterizado pela tensão dos lábios e menos projeção dos dentes, uma expressão de sorriso forçado que somado ao som do riso e à

indicação precedente do “problemão” refrange constrangimento. Enquanto isso, a edição do frame com Monalisa mostra um sorriso ainda mais recuado, sem mostrar os dentes e com olhos fechados em concordância com Débora e resignação com a situação dos profissionais na área. A hashtag #PROBLEMÃO, em letras maiúsculas e em amarelo, contribuem para a indicação de gravidade e urgência através da escrita destacada do resto da imagem.

Temos mais um indício da visualidade como recurso de comunicação direta por parte da empresa ao público-alvo, seja concordando, ironizando ou trazendo traços de humor para diversos momentos de interação entre entrevistador e as profissionais. Aqui nesse caso destaca o termo utilizado por Débora no frame de Monalisa, reproduzindo seu discurso de forma linear (com limites bem estabelecidos das palavras do outro no contexto autoral). O enunciado verbo-visual engendra pena ou decepção pela incapacidade dos profissionais da área de saúde que não dominam o assunto da saúde financeira.

Posteriormente, Débora inicia um relato pessoal no qual conta sobre parte de sua trajetória no BB: aproveitou as oportunidades de conhecer, aprendeu acerca de diferentes áreas do conhecimento e tornou-se uma profissional mais plural. Seu discurso segue a cartilha da promoção institucional, instaurando um discurso bivocal de orientação única ao fundir seu discurso com o da empresa no reforço das chances que disponibiliza. Em relação ao tornar-se mais plural, entendemos que essa capacidade faz referência aos princípios de sustentabilidade empreendidos pelo BB na Agenda 30, que preconiza pautas socioambientais e preconiza a valorização das vivências de diferentes minorias políticas (mulheres, LGBTs, negritude, pessoas com deficiência etc) no seu ambiente corporativo.

Ocorre uma qualificação da empresa como espaço de oportunidade e crescimento profissional/pessoal, desde que o indivíduo saiba aproveitá-las. O signo ideológico “plural” (l. 4) reflete e refrata sentidos de capacidade e desenvolvimento de competências, de forma que Débora tenha ampliado sua capacidade de atuação profissional além do trabalho direto com psicologia.

A entrevistada utiliza parte de seu discurso anterior, quando adotou do relato pessoal para desenvolver sua resposta na concepção de que é na e pela vida profissional que realmente há aprendizados significativos para serem levados a outros aspectos da vida. Além disso, aparecem novamente as vozes de auto responsabilidade e força de vontade do ser-empresa centradas na valoração positiva do aproveitamento de oportunidades, possíveis apenas através de uma posição ativa do indivíduo. Posteriormente, inclusive, a psicóloga reforça este viés quando adverte “Vão atrás, é imprescindível saber, viu?” (l. 15-16)

Dentre estas oportunidades concedidas pela instituição à funcionária, em seu relato cita o CFP que é tratado apenas como algo necessário para o exercício com planejamento financeiro (sem maiores explicações) e argumento para que sua análise sobre o assunto seja verificada, como alguém que tem maior propriedade para abordar o tópico saúde financeira.

A *Certified Financial Planner* (CFP) é uma certificação global para os profissionais que atuam com planejamento financeiro, preparando o profissional para o exercício. No Brasil, a Associação Brasileira de Planejamento Financeiro (Planejar) é a entidade responsável pelo gerenciamento, desenvolvimento e promoção da marca no mundo (Planejar, 2023).

Lima e Galvão Júnior (2019) explicam que para obter a certificação o profissional precisa cumprir 4 requisitos como formação acadêmica em curso superior completo reconhecido pelo Ministério da Educação (MEC), comprovar experiência profissional que tenha proporcionado relacionamento direto com clientes pessoas físicas: planejamento financeiro, gestão de investimentos, planejamento da aposentadoria, gestão de riscos e seguros, planejamento fiscal, planejamento sucessório etc. Além disso, precisam aderir ao Código de Conduta ética e Responsabilidade Profissional do Planejar.

Então o CFP é uma das certificações mínimas para o reconhecimento da atividade de planejador financeiro, apontadas por Déborah como um meio oportunizado pelo BB para que exercesse uma atividade engrandecedora no meio corporativo e artifício técnico que garante seu papel de autoridade para tratar sobre a temática finanças em comparativo com Monalisa que não é convidada a responder nesta seção. Nesse contexto, a certificação é incluída como item de aprendizado de Déborah em diferentes áreas, restringida e enfatizada por “do conhecimento mesmo” (l. 3-4), em uma expressão mais reconhecida pelo público universitário.

O cenário financeiro dos/as profissionais da saúde é expresso como repleto de endividamento, ainda que a renda de médicos e psicólogos não sejam pequenas. O estilo adotado por Déborah volta a ser de consultoria, engendrado no gênero entrevista no tratamento de assuntos técnicos, quando alguém com expertise em determinada área de atuação explica dados e pesquisas em sua área de domínio. No enunciado representado por formulações de perguntas retóricas direcionadas ao interlocutor “o que a gente têm de cenário, Davi” (l. 6-7), “então por que isso acontece?” (l. 9) e “vão atrás, é imprescindível saber, viu?” (l. 15-16)

O signo ideológico “clusters” (do inglês “grupo” ou “aglomerado”) é retirado da esfera

de consultoria financeira, demarcando território teórico e reforçando o conhecimento técnico e a experiência de Déborah neste meio. O site oficial da Cinnecta, uma empresa de tecnologia especialista em Inteligência artificial (IA) que vende serviços de análise de comportamento de clientes e ações de potencialização de crédito, rentabilização e fidelização, ressalta que uma clusterização de clientes consiste em dividi-los em grupos de similaridade ou características comuns, possibilitando a empresa conhecer as particularidades de cada grupo e atuar de maneira mais assertiva nas ações de comunicação e marketing aos consumidores.

No enunciado da ex planejadora financeira do BB, o termo diz respeito ao agrupamento dos clientes pela característica atuação na área da saúde, para análise de dados e direcionamento de instruções contextualizadas e eficazes ao grupo. A partir do relato e de comprovação do conhecimento técnico, Déborah indica entrelinhas um alto nível de dívidas na classe e, na sequência, expõe a análise de que a falta de informação e conhecimento são os motivos pelos quais isso acontece.

A progressão lógica de Déborah alcança as indicação de soluções para a mudança deste cenário, sob o princípio de “procure por fora” (l. 9-10) já que, em tese, seria importante a construção de um patrimônio e o zelo por ele. Assim, esse conjunto de soluções é concebido por intermédio da auto responsabilidade, na atitude deste indivíduo detentor de renda (ainda que futuramente) que precisa procurar soluções por si mesmo para além da formação, como ao consumir os conteúdos educativos do BB. Nesse caminho ele pode lançar mão de muitos serviços financeiros que auxiliem na administração de recursos para investimento na vida.

A prospecção de soluções, em seguida do momento de riso tenso e resignação pela pretensa situação infeliz da área, abrandam os sentidos de decepção devido ao conhecimento que a empresa está proporcionado pelo episódio no conjunto de medidas projetadas por Déborah como figura de autoridade no assunto. Entretanto, o espectador é apontado como aquele que realmente é capaz de mudar esse panorama quando, partindo dos ensinamentos do vídeo, tem iniciativa e força de vontade para defender seu patrimônio. O signo “zelar” (l. 10), nesse contexto, intensificam a valorização da renda enquanto um legado do ser-empresa.

Os conhecimentos necessários para mudança de situação infeliz da classe médica se encontram diretamente relacionados com serviços da empresa, Déborah diz que é importante “Entender [...] porque é importante ter uma previdência privada, porque é importante ter uma carteira de investimentos que seja adequada com sua idade” (l. 11-13). Não coincidentemente o Banco do Brasil tem esses serviços possíveis, respectivamente, pelo Brasilprev e seus diversos tipos de investimentos que podem ser organizados por intermédio do app

Investimento BB. Enfim, o vídeo estabelece com maior ênfase o seu aspecto propagandista, no sentido mais corriqueiro da palavra - na produção de uma peça publicitária que apresenta produtos e serviços da empresa publicante.

Essa tática de publicização é a mesma observada brevemente por nós em relação ao programa “Deseconomês”, postado no Youtube anteriormente ao “Futuro do trampo”, centrado em criação de conteúdo pedagógico para as mídias digitais sobre assuntos do mundo financeiro que não coincidentemente se aproximam de produtos e serviços da empresa. Aqui essa publicização ocorre de forma mais contida, indicada brevemente nas entrelinhas nos diálogos da simulação de entrevista e na criação de sentido por intermédio de recursos verbais e visuais da edição do programa.

Entretanto, em acordo com Bakhtin (2016) que as dinâmicas entre projeto discursivo (aquilo que se pretende falar considerando o interlocutor e sua compreensão responsiva) e a realização do projeto (o ato de expressão em si projetado no enunciado) dão a índole do texto, essa parte da resposta de Déborah deixa sobressair os serviços do BB como solução para os universitários que não querem estar endividados em sua futura vida profissional e aos que já estão no mundo do trabalho para que superem esse cenário de decepção.

Sendo assim, vozes da instituição são incutidas na produção enunciativa de Débora em estilo pictórico, instaurando a bivocalidade de orientação única pela apresentação das soluções para a saúde financeira em consonância com os serviços do banco. Na direção inversa, Déborah tensiona seu discurso com o que seriam vozes juvenis (que não reconhecem atividades disponibilizadas na esfera bancária para render melhor o dinheiro, para organizar finanças, para investir em outros campos da vida), vozes estas atribuídas aos universitários no episódio, instaurando um discurso bivocal de tipo vário.

A edição acompanha o discurso de promoção institucional de Déborah, diminuindo seu quadro e trazendo publicização da conta universitária do BB no momento em que ela fala sobre os aprendizados necessários.

Imagem 32: publicidade da conta universitária



(12:51)

(12:57)

O texto “O jeito mais fácil de conseguir uma mãozinha durante os estudos: Abrindo a sua conta universitária no BB. Acesso em...” mescla os aspectos das propagandas de TV ou jornal com chamadas simples, aos elementos da internet na disponibilização de uma link e do QR Code para acesso. O recurso de edição, que representa uma comunicação direta entre empresa e espectador, demonstra o teor publicitário do vídeo que se pretende educativo.

Uma das particularidades do discurso propagandista, conforme Charaudeau (2010), é ser um dispositivo triangular entre as instâncias publicitária, concorrência e público. A primeira se apresenta como benfeitora pois diz à instância receptora como realizar seu sonho, o produto ou meio de consumo é apresentado como um caminho para realizar esse sonho. O público é colocado como consumidor em potencial levado a crer que tem uma falta e necessita preenche-la ou apenas consumidor da publicidade pela apreciação.

Aqui nesta parte com forte presença do discurso propagandista, evidencia-se o BB como corporação que se pretende benfeitora na medida em que diz ao espectador (por intermédio do discurso bivocal) como alcançar a saúde das finanças com os serviços de investimento e presidência privada do BB. Enquanto isso, a falta que necessita ser preenchida é forjada pela prerrogativa de que os estudantes da área de saúde não tem conhecimento sobre finanças e não saberão lidar com a renda, pois ainda não têm experiência profissional. Por outro lado, no direcionamento para aqueles que já começaram na área, o fazer crer visado diz respeito à pretensa situação caótica e infeliz da classe (pela indicação de que os médicos são um dos clusters de clientes com mais endividamentos).

Estas visadas discursivas, o discurso de incitação ao fazer, são possíveis nesse enredo do episódio pela constante presença das vozes neoliberais que direcionam sentidos como auto responsabilidade da auto atualização do indivíduo, importância do investimento em diferentes esferas da vida, engrandecimento pela administração da renda do trabalho e produtividade no

todo do enunciado.

Recorrendo ao arcabouço da teoria bakhtiana em consonância com os estudos de Foucault (2022), compreendemos que o discurso neoliberal aplica uma força centrípeta na criação verboideológica do episódio, na busca pela unificação e centralização do pensamento em torno da ideia do ser-empresa que precisa vencer um jogo competitivo e do estado neoliberal como cenário que emoldura suas regras, enquanto a empresa Banco do Brasil se projeta enquanto detentora de instrumentos (serviços e produtos) capazes de auxiliar estes competidores para a vitória. O discurso neoliberal estabelece dinâmicas com outros discursos presentes nesse contexto, representados pela instauração de vozes técnicas-científicas, universitárias juvenis, institucionais, profissionais (do trabalho), de influência digital...

A edição acompanha esses sentidos engendrados na inter-relação entre os personagens do vídeo, trazendo novos elementos verbais e visuais na fusão de um todo publicitário, pelo oferecimento da conta Universitária como um meio ou instrumento de preparo para o futuro através da organização financeira no presente.

Para fechar essa subseção, a visão da universidade como espaço incapaz de preparar indivíduos competitivos em seus limites aparece de forma mais acentuada na tessitura discursiva quando Déborah adverte: “não espere a faculdade ensinar isso pra vocês” (l. 15). O ataque ao ambiente acadêmico ocorre pela instauração do discurso bivocal de tipo vário, Déborah traz estas vozes universitárias como apáticas aos ensinamentos necessários para o mercado de trabalho no estabelecimento de uma polêmica aberta

Na contramão de uma vida de experiência proporcionada pelo trabalho caberia ao ambiente acadêmico apenas o ensino da parte técnica. Essa informação ressalta o pretendido papel do banco como um oportunizador que revela um segredo ao espectador em detrimento de outras empresas sem o mesmo tipo de conteúdo educativo para as mídias digitais.

Após o fim do enunciado de Déborah, a nova subção “Momento me convença” é introduzida na edição do vídeo, editada da mesma forma que as subseções anteriores. Assim que Davi aparece fazendo uma nova pergunta a câmera faz um movimento de aproximação rápida de seu rosto, reforçando mais uma vez a dinamicidade de informação visual. A pergunta do apresentador é a seguinte:

1	Eu queria propor uma brincadeira aqui, entre a gente, vocês topam sem nem saber o que
2	é? (respostas afirmativas das entrevistadas) Será que vocês dão conta de vender para a
3	galera de casa que tá assistindo a gente, a Medicina, a profissão de vocês, em 30
4	segundos? (pausa) Vamos ver, né? Começa você, Monalisa?

Nesta última seção, Davi propõe uma atividade descontraída que pretende surpreender as entrevistadas, elas precisam “vender” suas profissões ao público ou convencê-los de que suas áreas são bons caminhos para investimento do indivíduo com seu corpo e mente. O signo ideológico “brincadeira” (l. 1) busca reacentuar a descontração e informalidade do contexto de descontração já desenvolvida anteriormente na realização do projeto discursivo da empresa.

A proposta busca pelo deslocamento do espectador, colocado em posição de chefe que, com suporte do discurso de venda das profissionais, tomará a decisão de investir no caminho da medicina ou não. O signo “vender” coloca as funcionárias do papel de empreendedoras, no tratamento de suas áreas como produtos que precisam ser adornados para negociação, seguindo a lógica empresarial ilustrada pela frase “me venda essa caneta” popularizada no filme *O lobo de Wall Street* em 2013⁷¹.

Retomamos novamente os estudos de Foucault (2022) na concepção de que a partir da reformulação do conceito de trabalho, na análise econômica neoliberal estadunidense, a preocupação teórica recaiu sobre como os trabalhadores utilizavam seus recursos. A conclusão foi a de que estes agentes enxergavam suas atividades como renda de um investimento em detrimento à venda da sua força de trabalho. No neoliberalismo, as competências (capacidades físicas e psicológicas) do trabalhador seriam como seu meio de produção e ele vende a si mesmo ao investir esse capital em uma empresa.

Na pergunta de Davi, a voz neoliberal representativa destes valores de auto investimento aparece no convite para que o espectador compre a carreira da medicina se a proposta de venda das profissionais parecer lucrativa. Isto é, o público-alvo é convocado para investir com seu corpo e mente, ou suas competências físicas e psicológicas, na área.

Aqui, porém, o apresentador se afasta brevemente das profissões planejamento

⁷¹ O filme estrelado por Leonardo di Caprio conta a trajetória do protagonista corretor da bolsa de valores que faz uma fortuna a partir de métodos ilícitos e ao longo dos anos vai acumulando problemas pessoais e profissionais. A obra retrata o mundo do empreendedorismo através do trabalho com as ações, o protagonista é representado como um acionista de talento singular na arte das vendas. A expressão “me venda uma caneta” procura mostrar o poder narrativo na negociação de qualquer objeto, um desafio no qual um aprendiz precisa convencer um possível cliente de que um bem aleatório tem muito valor significativo para consumo.

financeiro e produção de conteúdo para a internet (anteriormente mencionadas entrelinhas como alternativas), pela especificação de que as entrevistadas devem vender “a Medicina, a profissão de vocês, em 30 segundos” (l. 3-4). Esse apontamento ocorre pelo ensejo do conteúdo temático “futuro da saúde”, constantemente redirecionado pela constante presença das vozes neoliberais centradas na valorização positiva do empreendimento e da autoatualização para além da área de formação do trabalhador.

No que diz respeito às reações das convidadas, Monalisa responde “nossa!” enquanto ri e Débora expande os olhos, Davi ri de forma apática após terminar a pergunta:

Figura 33: Davi faz uma surpresa



Fonte: vídeo “o futuro da saúde”

A interação entre os três personagens do episódio estabelecem compreensão da situação comum à todos: um jogo desafiador proposto de forma pretensamente inesperada. As entrevistadas simulam surpresa e entrave, como se estivessem prestes à passar por provação ou apuro, enquanto o riso de Davi responde com um leve desconforto motivado, como quem compreende a dificuldade do pedido e se desculpa.

Esse conjunto de reações verbais e visuais somadas à proposta do episódio que consiste na retratação de Déborah e Monalisa como espelhos para os jovens universitários (graduadas nas áreas do conhecimento medicina e psicologia) e modelos de sucesso pelo destaque midiático e empreendimento, engendram sentidos de empatia. Isto é, elas servem como arquétipos dos desafios da vida empresarial, na qual os indivíduos precisam saber vender suas capacidades à possíveis compradores. Davi é colocado como aquele que delega as

tarefas e o espectador, como já dito anteriormente, quem decide se vai investir ou não nestas propostas.

A edição do vídeo conta com o ícone de relógio da tela, que se movimenta em consonância com o passar dos 30 segundos, um som de tic-tac em volume menor do que a voz das entrevistadas ajuda na construção da atmosfera de jogo e desafio.

O discurso de convencimento de Monaliza é o seguinte:

1	Então, gente, a medicina é uma profissão linda, que te traz muito ganho pessoal e
2	psicológico. É muito bacana lidar com pessoas, mas apesar disso, ela te dá uma grande
3	possibilidade de atuações. Então mesmo que você não seja aquela pessoa tão do contato
4	interpessoal, tem função pra você dentro da medicina. Ainda continua sendo uma
5	profissão que é valorizada e que você consegue emprego em qualquer lugar do Brasil, e
6	isso é muito bacana. Eu gosto muito, muito, muito de ser médica!

(13:39 - 14:13)

Monalisa começa pela qualificação da medicina como uma profissão linda, acompanhada por vozes sociais alinhadas na concepção de que médicos/as salvam vidas e são pessoas muito nobres. Os ganhos psicológico e pessoal são citados ancorados na experiência subjetiva da médica, como possibilidade de engrandecimento do indivíduo em outras esferas da vida (saber lidar com tensões mais facilmente, mais organização em rotinas apertadas, ter mais foco...).

Em seguida, há um desenvolvimento argumentativo sobre o ponto lidar com pessoas, de forma que a área tem ampla possibilidade de atuação, inclusive atividades em que não seja necessário o contato com público. Somado a isso, o quesito valor é citado pela compreensão social de que o curso de medicina ainda é elitizado e encarado um meio de ascensão social. Por fim, há reiteração do intensificados “muito” associando o prazer à atuação profissional na medicina, configurando um fazer sentir ao público-alvo.

A médica busca vender sua área para investimento através de argumentos já conhecidos pelo espectador, de forma que acaba por apenas reiterar estes pontos e associá-los com suas sensações e experiências subjetivas. Estes ganhos pessoais envolvem supostas habilidades engrandecedoras para outros aspectos da vida do espectador.

Neste cenário, a indicação da possibilidade do engrandecimento do indivíduo, de que a profissão é valorizada e que há bastante demanda social por médicos, são elementos

escolhidos para o convencimento justamente em vista do projeto discursivo da empresa que acrescenta valores neoliberais como critérios de um futuro profissional próspero. A medicina torna-se um arquétipo de vida empresarial, de geração de lucro e bem-estar.

Após os 30 segundos, Davi comenta a publicização de Monaliza quebrando a tendência pergunta-resposta-resposta formada até então nas outras subseções:

1	Uau! (eu estou) Quase a fim de largar o empreendedorismo para ir para a medicina. Tô
2	quase! Tô quase! Deixa eu ver o que a Déborah vai falar...se ela dá a tacada final aí e me
3	convence a largar esse mundo de empreendedor e virar médico!

(14:13-14:27)

Esse comentário ocorre pela sinalização de que Davi está quase comprando a ideia pela boa explanação de Monalisa (como chefe ou investidor que examina a proposta de um cliente), possível no episódio pela repentina mudança do gênero do discurso entrevista informal para diálogo de negócios. Além disso, o apresentador busca reacentuar sua experiência pessoal na esfera do empreendedorismo, que em um primeiro momento justifica seu papel de apresentador do episódio.

A entoação em “tô quase, tô quase” (l. 1-2) sinaliza um tom de brincadeira no enunciado, resultando em risadas das profissionais. Davi não fala a sério que está pensando em deixar “esse mundo de empreendedor” (l. 3), essa afirmação ocorre na dinâmica de representação do público-alvo, pela simulação do apresentador como jovem estudante ao qual as médicas devem convencer.

Na mesma levada, o apresentador indica que é a vez da psicóloga (que ressaltamos não ser médica embora trabalhe na área da saúde):

1	Bom, a psicologia é gigante, é fascinante, tem atuação para todos os gostos, todas as
2	personalidades. Não importa onde você escolha atuar, com certeza seu dia a dia vai ser
3	muito interessante. E a gente ainda tem muita coisa para descobrir e muita coisa por fazer
4	no mercado. Então o futuro é promissor. Não acredite em que diz que não é, porque é
5	possível não só sobreviver de Psicologia, mas, mais do que sobreviver, é possível
6	prosperar. Basta olhar sua atuação com um senso de protagonismo, que vai dar boa. Vem
7	na minha!

14:28-15:00

Déborah retrata a psicologia como gigante e fascinante, para todos os gostos e

personalidades, partindo de uma perspectiva pessoal. Neste início, ocorre uma objetificação do trabalho na área como produto produzido por demanda a partir dos gostos pessoais do estudante-investidor e disponibilizado em uma economia de mercado, capaz de trazer sensações positivas.

Posteriormente, ao sinalizar que há novas coisas a se descobrir e fazer envolvendo a psicologia, Déborah volta a refrangir as possibilidades de trabalho para além do atendimento clínico, como por exemplo o trabalho empresarial ou produção de conteúdo para as redes. O futuro é qualificado como promissor por causa destas novas possibilidades de atuação, possíveis em mundo neoliberal cujo os valores são manifestados por intermédio do discurso de experiência empreendedora no episódio

A indicação do futuro ocorre pela instauração da bivocalidade de orientação única, de forma que Débora volta a reproduzir as palavras da empresa Banco do Brasil na roteirização do episódio. Ou seja, há fronteiras mais ou menos evidentes entre palavras da Débora e as da empresa inculcadas nesse enunciado, o trecho “E a gente ainda tem muita coisa para descobrir e muita coisa por fazer no mercado. Então o futuro é promissor” (l. 3-4) traz justamente a pretensão do banco na conceptualização do programa “O futuro do trampo” qual seja a de explorar o futuro da atuação profissional na saúde, enquanto as palavras de Déborah ocorrem pela valoração (da pessoa com experiência) de que há muitas coisas ainda para se descobrir.

Em derradeiro, Déborah pede que o interlocutor não acredite naqueles que dizem ser impossível sobreviver pelo trabalho com Psicologia, polemizando com vozes de descrença para indicar que nessa esfera “é possível prosperar” (l. 5-6). Este signo, em conjuntura com “protagonismo” (l. 6), reflete e refrata ascensão social pelos altos índices de renda através da força de vontade e “trabalho duro”, de forma que este indivíduo universitário se torna centro de um estado recheado de empresas fornecedoras de oportunidades e engrandecimento pessoal.

A psicóloga garante um futuro compensador a quem escolhe esse caminho, projetando uma realidade social de empresas que estariam abertas aos jovens, à novos talentos. As vozes neoliberais engendradas na produção enunciativa de Débora ecoam valores sobre o trabalho e o indivíduo-empresa, anteriormente já indicadas no episódio como, por exemplo, auto responsabilidade, produtividade e investimento de si mesmo.

Na medida em que funde seu discurso com estas vozes, na instituição do discurso bivocal de orientação única, polemiza veladamente com vozes de descrença da prosperidade na psicologia, vozes juvenis inexperientes e, ainda, vozes críticas da neogestão. Isto é, seu

enunciado estabelece um diálogo velado com estes outros discursos sociais, sofrem sua interferência sem incluir suas palavras no contexto autoral.

As expressões “vai dar boa” (l. 6) e “vem na minha!” (l. 6-7), por sua vez, têm referência no grupo social dos jovens suscitando um estilo mais informal para o enunciado, com objetivo de marcar um endereçamento ao espectador pretendido do programa “o futuro do trampo”.

O comentário de Davi se direciona às duas convidadas, dessa vez encaminhando para a finalização do episódio:

1	Demais, galera! Palmas para vocês! Eu queria agora aproveitar para agradecer o tempo
2	de vocês, agradecer pelo papo, foi muito proveitoso para mim e eu tenho certeza que
3	para todo mundo de casa também. Eu aprendi muito, a gente pode evoluir como pessoa.
4	Foi incrível. Contem comigo e com a gente, aqui do Banco do Brasil, para o que vocês
5	precisarem. Tchauzinho, e a gente se vê em breve.

(15:01-15:24)

Davi elogia as convidadas, acompanhado por um som de alarme que marca o fim do tempo concedido à Déborah. Em seguida, agradece pelo tempo delas (por aceitarem o convite), em um cenário socioeconômico no qual se entende que “tempo é dinheiro”, e que na dimensão da rotina o indivíduo investe e cria renda. Após afirmar que esse tempo foi proveitoso, Davi também declara que o diálogo foi uma oportunidade para crescimento, refrangindo a importância da pedagogia empreendedora por meio de indivíduos com autoridade no assunto e postos em uma posição de mentoria.

O signo ideológico “papo” (l. 2) busca valorizar essa mentoria enquanto um diálogo lucrativo, servindo ao projeto enunciativo do BB. A garantia de que o público-alvo aproveitou esse tempo ao assistir o episódio ocorre na mesma orientação, pois são representados por Davi na interação com as entrevistadas.

Ele também expressa que a entrevista contribuiu para ele “evoluir como pessoa”, retomando o aspecto do engrandecimento pessoal tantas vezes engendrado durante o episódio, aqui retoma o aspecto do holismo como apresentado por Déborah anteriormente, na compreensão de que a conversa se expande em ensinamentos que contribuem para uma formação além do trabalho, do sujeito como um todo de partes integradas que são disfuncionais se desagregadas, abordagem pretensamente mais humana e menos sistemática.

Por fim, Davi manifesta que as convidadas podem contar com eles do Banco do Brasil,

se colocando enquanto um dos funcionários da empresa pela posição de apresentador do programa O Futuro do Trampo, além de firmar uma parceria entre a instituição e as entrevistadas. Essa parte final do enunciado retoma o aspecto de propaganda institucional pela empresa que quer difundir conteúdos não comerciais em um primeiro momento, plantando uma imagem positiva na sociedade para posterior oferta de produtos e serviços.

Por outro lado, porém, se ignora o fato de que Déborah já é funcionária do BB, devido a intenção da empresa em sinalizar a presença das convidadas pela popularidade de suas personas nas mídias digitais, derivadas do mérito alcançado pelo excelente trabalho desenvolvido do meio em que atuam. Assim, sentidos como sucesso, protagonismo e vitória são refrangidos direcionados às entrevistadas, modelos a serem seguidas pelo público-alvo.

Voltando-se diretamente ao espectador, Davi compõe o último enunciado do episódio:

1	Acho que deu pra perceber, né, galera? Nossa ideia aqui não é indicar todos os
2	caminhos e, sim, abrir a sua cabeça para novas perguntas e novas possibilidades. Um
3	abração e até o próximo episódio (de) “O futuro do trampo”. Valeu!

(15:25-15:36)

Davi afirma aos espectadores (à “galera”) que a ideia do programa é trazer conhecimento, expandindo o horizonte de possibilidades disponíveis no mundo do trabalho. O final do enunciado maior – o primeiro episódio “O futuro da saúde” – termina indicando que a estrutura dessa primeira parte será mantida nos episódios seguintes, bem como a intenção da empresa que entendemos ser a de mostrar as possibilidades de trabalho para além das áreas de formação dos universitários, expandidas com as plataformas presentes na internet.

Ainda no quesito propagandista, ressaltamos como a empresa pretende um fazer inspirar sem parecer impositiva, pelo apontamentos de que a intenção não é delimitar todos os caminhos e sim dar dicas aos espectadores, conselhos e sugestões por intermédio das experiências profissionais das entrevistadas. No plano discursivo, Davi se funde com a voz da empresa novamente, como um porta-voz de suas intenções e princípios.

As vozes neoliberais são constantemente trazidas nos contextos autorais presentes no diálogo enquadrado no gênero entrevista com especialistas, através das produções enunciativas dos personagens que adotam distintos recursos estilísticos que apontam para pretensa descontração e despreensão na simulação de diálogo espontâneo, como se não houvesse um roteiro ou perguntas e respostas mais ou menos ensaiadas pelos participantes.

Estas vozes neoliberais trazem diversos valores refletidos e refratados através dos

signos ideológicos retirados do meio corporativo e encaixados nos enunciados do episódio, de forma que respondem em parte quais são os lugares que são ocupados pela juventude hoje em dia e que serão ocupados no futuro. Isto é, espaços de protagonismo no meio corporativo e nas plataformas digitais, em um Estado supostamente recheado de empresas que oportunizam possibilidade de renda e ascensão social e propiciador das condições ideais para que o indivíduo seja sua própria empresa, para que ganhe o jogo competitivo por seu mérito e protagonismo.

O processo de bivocalização do discurso alheio, aliás, aparece constantemente instaurado no episódio. Em uma dimensão, as vozes das personagens se fundem com frequência às vozes do banco centradas na promoção institucional, possibilitando que justifiquem sua presença no episódio e sigam uma roteirização que baliza suas dinâmicas de interação, bem como o direcionamento de sentidos entre si na simulação de entrevista e para o espectador da propaganda como cliente em potencial dos serviços do BB. Em outra dimensão, os personagens e o banco através de seus recursos da edição se orientam às vozes neoliberais corroborando, fortalecendo e impulsionando valores sobre o trabalho, a liberdade e a subjetividade aos estudantes que em breve entrarão para o mercado de trabalho.

As valorizações sobre a sociedade, a realidade e os sujeitos, surgidas nos antros de formulação teórica do neoliberalismo, são os meios pelos quais o banco se apresenta como instrumento de vitória em um jogo competitivo e os personagens do vídeo como modelos desse estilo de vida. A empresa encontra nesse ambiente teórico a possibilidade de se mostrar uma aliada preocupada com esse futuro, na formulação de um conteúdo educativo com acessibilidade em uma mídia digital que participa do cotidiano da juventude.

Assim, o vídeo “o futuro da saúde” faz ecoar no ambiente do Youtube os valores neoliberais que centram os sujeitos como a chave para inovação e o desenvolvimento econômico da sociedade, na valorização da cultura empreendedora por intermédio da internet para uma juventude que ocupa e ocupará esse espaço em busca de renda, da prosperidade, de um bem-estar alcançado estritamente através do esforço individual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nosso trabalho se desenrolou apoiado nas percepções sobre a interferência do discurso neoliberal em diferentes esferas da atividade humana, levando em conta que a doutrina saltou do plano econômico e político para as subjetividades de sujeitos que fazem viver as estruturas do Estado. Apoiada nesse cenário complexo, no qual as relações humanas são balizadas por uma infinidade de valores que rondam o seio social, a análise proposta por nós encontra-se em uma zona de encontro entre diferentes correntes teóricas dos estudos sobre a linguagem, as relações sociais e os seres humanos.

Assim sendo, respeitamos a filosofia da linguagem desenvolvida pelo Círculo de Bakhtin, recorrendo as obras daqueles que são considerados seus principais pensadores Mickail Bakhtin (1895-1975), Valentin Volóchinov(1895-1936) e Pavel Medviédev (1892-1938). Seus estudos culminaram em conceitos que entendemos ser substanciais para um entendimento aprofundado sobre os fenômenos culturais, citamos alguns desses preceitos utilizados com frequência no olhar para o objeto: o enunciado, os signos ideológicos, a bivocalidade e o estilos de transmissão do discurso alheio como um processo fundamental da compreensão responsiva... No pretendido recorte, colocamos estes entendimentos em diálogo contínuo com os estudos sobre o neoliberalismo como uma doutrina que modifica as visões dos sujeitos sobre a realidade social, o mundo e a si mesmos, olhando para distintos olhares advindos de matérias como sociologia, geografia, economia e história. Aplicado na estrutura coletiva, tais olhares geram determinados sentidos sobre o trabalho, liberdade e os sujeitos, em uma dimensão predominantemente meritocrática e individualista.

Por fim, nos foram caras as pesquisas sobre o discurso midiático, o propagandista e o institucional do divisar do discurso em foco “O futuro da saúde”, o primeiro episódio do programa educativo “O futuro do trampo” postado pela estatal Banco do Brasil em seu canal do Youtube. Essa materialidade se apresentou primordialmente como uma propaganda não convencional, por destoar de alguns elementos dos conteúdos publicitários clássicos poníveis nas mais diversas mídias (tempo, formato, estrutura do roteiro...), enquanto mantinha outros como a disponibilização de serviços e produtos do banco, por exemplo.

Buscamos, então, por nosso principal objetivo: analisar a criação de sentidos no vídeo “O futuro da saúde” produzido e publicado sob responsabilidade do Banco do Brasil, a partir da instauração do discurso bivocal nesse contexto. Para isso, divisamos os limites mais ou menos diluídos entre palavras dos locutores/personagens do vídeo propagandista não

convencional e palavras de outros advindas de vozes sociais neoliberais.

Nossos objetivos específicos, por sua vez, forma: a) Assimilar a construção enunciativa do vídeo “O futuro da saúde”, considerando seu caráter educativo e propagandista; b) Compreender como vozes sociais e neoliberais se relacionam e criam sentidos na instauração do discurso bivocal pelos locutores-personagens nesse contexto; c) Observar a constituição de signos ideológicos verbais e visuais no enunciado escolhido e como refletem e refratam valores dos interlocutores sobre o mundo, a vida e a si mesmos; d) Entrever as posições axiológicas dos locutores-personagens presentes no vídeo levando em conta as dimensões subjetivas balizadas pela ideologia neoliberal; e) Divisar os limites entre as palavras dos locutores-personagens e palavras alheias no episódio “o futuro da saúde” e como se orientam para elas na criação de sentidos sobre trabalho, liberdade e identidade, quando possível.

Iniciamos o primeiro capítulo através da recuperação dos aspectos filosóficos do Círculo, centrados na importância da linguagem enquanto espaço de constituição do sujeito, através do movimento alteritário em relação a um determinado outro. A onipresença social da palavra, como indica Volóchinov (2017), faz com que toda participação entre seres humanos socialmente organizados em um coletividade signica seja por intermédio da construção de sentidos em seus limites. Em derradeiro, é possível deflagrar o som da fala, marcas em papel, interface do jornal eletrônico e outros meios utilizados para encarnar estes sentidos, refratando a própria existente.

Quando falamos em uma realidade material, então, precisamos entender que tanto eu quanto o outro mobilizamos nosso conhecimento de mundo, ou nossos horizontes sociais, em um evento de interação de forma a nos constituirmos mas sem dar acabamento a nossa existência. Sendo assim, não é possível abstrair os sujeitos por intermédio do estudo científico, dar-lhes finalidades como ao classificar as propriedades físicas e químicas de um espécime.

Ainda nesse capítulo inicial, além de adentrar no caráter social da linguagem e o ato responsivo e responsável, tratamos sobre o signo ideológico e sua capacidade de refletir e refratar outras realidades e o enunciado formalizado em um gênero do discurso enquanto unidade da comunicação discursiva.

O conceito de bivocalidade, por sua vez, guiou o trabalho por oferecer a valiosa concepção de que nos discursos que rondam pela sociedade são possíveis o encontro de vozes alheias retiradas de outras esferas da atividade humana quando o sujeito que locuta fazia

compreensão responsiva do enunciado alheio, em posição de ouvinte ativo. O processo de bivocalização do discurso alheio pode acontecer na instauração de um discurso bivocal de orientação única (na fusão entre esses discursos), discurso bivocal de orientação vária (quando estes discursos têm orientações semânticas e axiológicas distintas) e o discurso bivocal de tipo ativo quando as palavras alheias não aparecem no contexto autoral, mas nele podemos sentir a influência destes discursos outros, um diálogo velado com este outro.

No segundo capítulo nos aprofundamos nos estudos sobre o neoliberalismo, através de uma breve contextualização histórica do estabelecimento da doutrina (congresso walter lippman em 1938 e a fundação da sociedade Mont-Pèlerin em 1947) até sua difusão prática na experiência neoliberal da ditadura chilena de Pinochet e posterior adoção no governo Thatcher na Inglaterra e Reagan nos Estados Unidos. A doutrina estabelecia severas críticas ao liberalismo embutido configurado no Keynesianismo, ganhando espaço depois de sua queda na estagnação das economias em 1970.

Ainda trouxemos uma investigação sobre os valores da doutrina, seus principais valores e conceitos. Para isso, utilizamos principalmente os estudos de Dardot e Laval, Harvey, Brown e Foucault. Os autores apontam que o neoliberalismo altera o modo do poder governamental, de forma que ele necessita ser responsável por assegurar o livre mercado, seja pela não interferência em seus processos internos, seja pelo controle da população com a violência estatal. Diferente do liberalismo clássico, a doutrina preconiza uma papel ativo desta grande empresa no livre comércio e às liberdades individuais enquanto instaura uma mudança ideológica nos sujeitos que compõe estas estruturas.

Chamamos atenção aos apontamos de Brown (2019) sobre o ataque promovido pelo neoliberais ao social, deste sua fundação nos antros de formulação teórica da burguesia, abrindo precedente para uma contemporaneidade marcada pelo conservadorismo e ascensão de grupos neofascistas pelo globo. Fraser (2018), em consonância, estabelece uma análise sobre o social- liberalismo surgido no antro da nova esquerda estadunidense que fez, temporariamente, a hegemonia ideológica preconizar a ascensão social por meio do empreendedorismo e valorização social de grupos minoritários pelo mérito empresarial, sem modificar as estruturas que permitam a continuidade destas opressões. As duas autoras apontam o fim destes progressismos capitalistas, de forma cada vez mais intensa nos próximos anos.

Por fim, no segundo capítulo, retomamos os valores neoliberais acerca do trabalho, liberdade e subjetividade na contemporaneidade, valores impulsionados pelo cenário

neoliberal no qual a sociedade se desenvolve. Em derradeiro, a uberização do trabalho, a apreciação das economias de plataforma e a precarização dos trabalhadores – um cenário de meritocracia e individualidade, no qual os funcionários não conseguem mais distinguir seus iguais de seus diferentes, na transformação do trabalhador em uma falsa imagem do sujeito-empresa colaborativo.

Na contextualização do objeto, trouxemos um breve histórico do Banco do Brasil partindo dos anos 1990, década de introdução do neoliberalismo no país. O maior banco estatal acompanha as transformações políticas, econômicas e sociais que ocorrem no país, atualmente priorizando uma imagem competitiva com outras empresas financeiras e de preconização do desenvolvimento socioambiental através de projetos como a Agenda 30 no BB.

Nossa metodologia de análise foi construída divisando o vídeo “O futuro da saúde” sob duas dimensão principais: estabelecer relações dialógicas com outros discursos de responsabilidade da mesma empresa (Banco do Brasil) e com discurso empresariais/empreendedores/institucionais que rondam na coletividade brasileira. Deste jeito, qualquer materialidade que ronda esse espaço responde a outros discursos depende se uma situação extraverbal concreta mais próxima, acompanhada por atos de caráter não discursivo.

Quando se mostrou necessário, a partir da percepção de ênfases tópicos abordados pelos personagens, fizemos uma pesquisa por outras materialidades que rondam as mídias digitais cujo o público-alvo são sujeitos entusiastas de um estilo de vida empreendedor. Os aspectos contextuais de produção, circulação e recepção do discurso em foco, somado contribuíram para o entendimento mais amplo dos sentidos direcionados pela propaganda “O futuro da saúde” em diferentes mídias, sua simulação roteirizada de entrevista com especialista e a escolha dos personagens Davi Braga (entrevistador), Monalisa Nunes e Déborah Lazzarini (entrevistadas). A começar por esse pano de fundo que envolve o objeto, nos guiamos então pelos seguintes critérios de análise, formulados enquanto perguntas a) Como diferentes vozes sociais são tensionadas nos discursos bivocais presentes no episódio “O futuro da saúde”? b) De que maneira as vozes neoliberais se manifestam nesse contexto e como se caracterizam? c) Quais sentidos são direcionados ao público pela empresa através de diferentes enfoques às interações entre os personagens do vídeo? d) Como a bivocalização da palavra do outro ressoa aspectos sobre o trabalho, autonomia e subjetividade no episódio? e) Como os personagens do vídeo e o banco (através da edição) instauram o discurso

propagandista no vídeo?

O programa “O futuro do trampo” conta com 9 episódios postados entre 8 de janeiro de 2021 e 2 de dezembro de 2022. Ele foi divulgado em outros locais da internet com chamadas próprias e contextualizadas ao tipo de atividade online exercida nestes locais: vídeos para o Youtube, textos escritos para blogs, fotos para o Instagram etc. Em todos eles foram apresentados dois planos discursivos centrais: a relação entre os personagens envolvidos na simulação da entrevista com especialista; o grande enunciado que mescla a interação destes personagens somados aos recursos de edição do vídeo, com interferência nas cores da tela, pausas em frames específicos, adição de escritos como Hashtags e divulgação de produtos no BB como a conta universitária e serviços de investimentos disponibilizados pelo banco.

Selecionamos partes específicas do vídeo para aplicação destas categorias depois de assisti-lo diversas vezes, isso ocorreu por acharmos que uma análise integral do vídeo implicaria uma investigação de determinadas questões irrelevantes ao nosso recorte teórico-metodológico como, por exemplo, multidisciplinariedade dentro da área de medicina para tratamento de um paciente, a importância da atenção à saúde do médico, importância da saúde mental, exposição por Monalisa sobre seu TEDx TALK produzido durante a pandemia, exposição por Déborah sobre seu podcast produzido durante a pandemia.

As seções destacadas, em ordem, são introdução, pergunta bomba, olhando pra frente, mudando de assunto e momento me convença – contabilizando 8 minutos e 46 segundos do vídeo - majoritariamente compostas por apenas uma pergunta de Davi e uma resposta por cada uma das profissionais (em alguns casos apenas uma delas responde). Dividimos em dois conjuntos na nossa seção de análise, separados no próprio vídeo pelas seções que descartamos: “imaginário de sucesso”, “novas plataformas” e “fala estudante”.

O vídeo em questão mostrou constante processo de bivocalização por parte de seus personagens. Davi Braga, conhecido por ser um jovem empreendedor de sucesso, aparece como um espelho dos jovens, comprometidos com um futuro de renda e protagonismo na geração de lucro pela área de formação e trabalho por fora através das mídias sociais. Enquanto isso, as entrevistas são posicionadas como modelos de experiência e sucesso, Monalisa pelo seu sucesso nas mídias digitais falando sobre saúde e Déborah pelo trabalho com gestão de Pessoal no BB Seguros e utilização de plataformas para capitalização de pacientes/clientes.

As vozes da instituição são fundidas com frequência em seus discursos, na concepção

positiva do conteúdo “Vídeo educativo para as mídias digitais”, projetado enquanto oportunidade aos jovens. Na medida em que valorizam o ambiente corporativo, os personagens se direcionam de encontro com vozes críticas do trabalho não clínico daqueles que são formados na área da saúde, defendendo a atitude do sujeito que pelo esforço consegue gerar lucro por intermédio da internet.

As plataformas digitais aparecem como espaços de oportunidade, através da individualização e valoração positiva do empreendedor protagonista. As vozes neoliberais aparecem nesse contexto, engendrando o investimento de si mesmo como empresa, capaz de adquirir capacidade e qualidades cada mais diversas para conseguir se adequar ao mercado de trabalho, de oferecer diferentes serviços ao seu cliente (seu empregador, seu público na internet e a sociedade em geral).

Notamos ainda a transmissão de visões de mundo geradas no fundamento teórico ordoliberal, no qual se frisa que as políticas igualização deixariam o mercado “morno”, subtrairiam recursos de investimento e gerariam crises governamentais. Na concepção de que cabe à universidade (federais e estaduais públicas) o ensinamento da parte técnica, enquanto o profissional precisa se preparar ao futuro competitivo e de iniciativa individual por fora.

Ainda nessa vertente, aparecem o conceito do sujeito máquina que investe a si mesmo no trabalho através de suas competências físicas e psicológicas, aparecem na propaganda pela projeção do encontro harmonioso entre as características da carreira empresarial e os valores pessoais do sujeito. Os personagens fundem seus discursos com estes, recobrem seus princípios com suas próprias valorações e os redirecionam ao espectador com tons de afetuosidade, preocupação e solidariedade ao futuro profissional nebuloso.

Estes tons se justificam pelo trato com as identidade juvenis engendradas ainda nessa materialidade, os estudantes aparecem como sujeitos que mantêm ilusões sobre o mercado de trabalho, por estarem em ambiente acadêmicos alienadores, capazes apenas de ensinarem a parte técnica necessárias para atuação profissional. Esses sentidos sobre os espaços públicos vão ao encontro das concepções contemporâneas impulsionadas por grupos de empreendedores que defendem essa atividade econômica como um estilo de vida, nestes lugares se entende que existe uma determinação social para que o sujeito consiga gerar renda apenas aos ambientes de trabalho com certa assinatura, para que não vivam o espírito livre que permita fazer vivem um protagonismo.

Os enunciados produzidos pelos personagens do vídeo tencionam valorações sobre as disputas sociais pela empregabilidade do Brasil, isso é evidenciado no discurso de valorização

institucional que ocorre principalmente na bivocalização de orientação vária que Déborah instaura em relação ao banco, engendrando a empresa como espaço de oportunidade e valorização do colaborador, desde que esse seja ativo na produção de valor para o BB e para si mesmo. Na medida em que valoriza a empresa, a psicóloga instaura polêmica velada com vozes críticas da precarização do trabalho na empresa, personificada pelos funcionários afetados nas suas reestruturações desde 2016, no ano que antecedeu a publicação do vídeo ocorreram protestos pelo país contra o fechamento de agências do BB e seus programas de demissão voluntária. Débora ataca veladamente estas vozes em um cenário de valorização positiva do mérito, competitividade e individualidade, responsabilizando o sujeito pelo seu trajeto no jogo econômico.

A bivocalização de orientação vária ocorreu em dois momentos específicos do episódio. Primeiro, Déborah personifica vozes de valorização do estilo de vida empreendedor em uma simulação de diálogo do passado, enquanto simula sua voz como do universitário descrente de uma experiência profissional para além dos estudos técnicos, estabelecendo polêmica aberta entre essas perspectivas de futuro e sinalizando que ocorre um falseamento nos ambientes que estes jovens percorrem enquanto estudantes.

Em outro momento, Davi faz uma paródia de possíveis respostas das entrevistadas à suas perguntas, fazendo uma encenação irônica e orientando suas interlocutoras para as afirmações que devem fazer. A comicidade de Davi e da empresa em seus recursos de edição demonstram a roteirização do episódio, ainda que seja pretensamente espontâneo na superfície discursiva.

Por fim, podemos afirmar que em uma dimensão as vozes das personagens se fundem com frequência às vozes do banco centradas na promoção institucional, possibilitando que justifiquem sua presença no episódio e sigam essa roteirização que baliza suas dinâmicas de interação e suas figuras axiologicamente estabelecidas em tom de consultoria. Em outra dimensão, os personagens e o banco através de seus recursos da edição se orientam às vozes neoliberais corroborando, fortalecendo e impulsionando valores sobre o trabalho, a liberdade e a subjetividade aos estudantes que em breve entrarão para o mercado de trabalho.

As valorizações sobre a sociedade, a realidade e os sujeitos, surgidas nos antros de formulação teórica do neoliberalismo, são os meios pelos quais o banco se apresenta como instrumento de vitória em um jogo competitivo e os personagens do vídeo como modelos desse estilo de vida. A empresa encontra nesse ambiente teórico a possibilidade de se mostrar uma aliada preocupada com esse futuro, na formulação de um conteúdo educativo

com acessibilidade em uma mídia digital que participa do cotidiano da juventude.

Assim, o vídeo “o futuro da saúde” faz ecoar no ambiente do *Youtube* os valores neoliberais que centram os sujeitos como a chave para inovação e o desenvolvimento econômico da sociedade, na valorização da cultura empreendedora por intermédio da internet para uma juventude que ocupa e ocupará esse espaço em busca de renda, da prosperidade, de um bem-estar alcançado estritamente através do esforço individual.

Embora uma parcela dos cidadãos acredite que o neoliberalismo fora derrotado ou enfraquecido permanentemente pela crise de 2008, podemos perceber que seus princípios socioeconômicos seguem latentes, inclusive em instituições públicas, sobretudo pela orientação de sentidos advindos de sujeitos que modificam a realidade enquanto são modificados por ela.

REFERÊNCIAS.

10 MUST HAVE TRAIT OF A THRIVING HOLISTIC ENTREPRENEUR. **Faster Capital**, Dubai, 9 dez de 2023. Blogs. Disponível em: [10 Must Have Traits of a Thriving Holistic Entrepreneur - FasterCapital](#)

ABIDIN, Crystal. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”. [Entrevista concedida a] Issaaf Karhawi. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação v.44, n.1, p.289-301, jan./abr. 2021. Disponível em: [SciELO - Brasil - Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin](#)

ABÍLIO, L. Sem maquiagem: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos. São Paulo: Boitempo, 2012.

ABÍLIO, L. Uberização: Gerenciamento e controle do trabalhador just-in-time. In: ANTUNES, R. (org.). **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo, 2020b. p. 111-123. Disponível em: [SciELO - Brasil - Uberização: a era do trabalhador just-in-time?¹ Uberização: a era do trabalhador just-in-time?¹](#)

ABRANTES, M. A teoria dos jogos e os oligopólios. Luanda: Multitema, 2004

ALVES, A; KLAUS, V; LOUREIRO, C. B. Do sonho à realização: pedagogia empreendedora, empresariamento da educação e racionalidade neoliberal. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 47, p. 1-19, 2021. Disponível em: [SciELO - Brasil - Do sonho à realização: pedagogia empreendedora, empresariamento da educação e racionalidade neoliberal Do sonho à realização: pedagogia empreendedora, empresariamento da educação e racionalidade neoliberal](#)

AMIN, S. O imperialismo, passado e presente. Tempo [online]. 2005, v. 9, n. 18, pp. 77-123. Disponível em: [SciELO - Brasil - O imperialismo, passado e presente O imperialismo, passado e presente](#)

ANDERSON, P. “Balanço do neoliberalismo”. In: **Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático**. Org: SADER, E; GENTILI, P. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995. Disponível em: [texto-1-balanco-do-neoliberalismo-anderson \(unirio.br\)](#)

ANTUNES, R. Da educação utilitária fordista à da multifuncionalidade liofilizada. In: SILVA JÚNIOR, João dos Reis; CHAVES, Vera Jacob; OTRANTO, Celia; ROTHEN, José Carlos. Das crises do capital às crises da educação superior no Brasil: novos e renovados desafios em perspectiva. 1 ed. Uberlândia: Navegando, 2019. Disponível em: [Crises do Capital e crises na educacao superior brasileira20190609-106684-5cnyty-libre.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#)

ANTUNES, R. O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo; 2018.

ARAÚJO, Victor Leonardo de; CINTRA, Marcos Antonio Macedo. O papel dos bancos públicos federais na economia brasileira. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Brasília, DF, n. 1604, p. 1-58, abr. 2011. Texto para discussão. Disponível em: [td_1604.pdf \(ipea.gov.br\)](#)

ARIENTI, Wagner Leal. Do Estado Keynesiano ao Estado Schumpeteriano. **Revista de Economia Política**, vol.23, n.4 (92), outubro-dezembro, 2003.

ÁVILA, B. Vinheta para o Youtube: saiba a importância dessa abertura para seu canal. Ser notável, 2021. Disponível em: [Vinheta para Youtube: saiba a importância dessa abertura para seu canal Vinheta para Youtube: saiba a importância dessa abertura para seu canal \(sernotavel.com.br\)](#)

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011;

_____. Arte e responsabilidade. In: **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

_____. Metodologia das ciências humanas. In _____. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011; p. 393 – 410.

_____. O autor e a personagem na atividade estética. In. **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011; p. 03 -186

_____. **Os gêneros do discurso**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016;

_____. O texto na linguística, na filologia e em outras ciências humanas: um experimento de análise filosófica. Trad. Paulo Bezerra. In: **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.

_____. **Para uma filosofia do ato responsável**. Trad. Valdemir Miotello e Carlos Alberto Faraco. São Carlos: Pedro e João Editores, 2020;

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Trad. Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005;

_____. **Teoria do romance I: A estilística**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2015;

BANCÁRIOS NA LUTA CONTRA O DESMONTE DO BANCO DO BRASIL. **SEEB Bauru**, Bauru, 2 mar de 2020. Notícias. Disponível em: [Bancários na luta contra o desmonte do Banco do Brasil! - Sindicato dos Bancários e Financeiros de Bauru e Região \(seebbauru.org.br\)](#)

‘BANCO DO BRASIL É CASO PRONTO DE PRIVATIZAÇÃO’, DIZ PAULO GUEDES. ‘TEM QUE VENDER ESSA P* LOGO’. Rede Brasil Atual. 22 mai de 2020. Disponível em: [BB é caso de privatização. diz Guedes. 'Tem que vender essa p* logo' \(redebrasilatual.com.br\)](#)

BANCO DO BRASIL INSTALA LABORATÓRIO NO VALE DO SILÍCIO. Banco do Brasil, 9 nov de 2016. Imprensa. Disponível em: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-%20inicial/imprensa/n/53743/banco-do-brasil-instala-laboratorio-no-vale-do-silicio#/>

BANCO DO BRASIL TEM CARA NOVA NAS REDES SOCIAIS. **Banco do Brasil**, 14 jul De 2017. Imprensa. Disponível em: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/imprensa/n/55973/Banco%20do%20Brasil%20tem%20cara%20nova%20nas%20redes%20sociais#/>

BANCO DO BRASIL. Agenda 30 BB: Nosso plano de ação para um futuro sustentável. 2022. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/portal/pub/CadernoAgenda30BB.pdf>

BANCO DO BRASIL. Código de ética e normas de conduta. 2017. Disponível em: [PortuguesCodEtica.pdf \(bb.com.br\)](PortuguesCodEtica.pdf(bb.com.br))

BANCO DO BRASIL. O Futuro do Trampo - Ep. 01 - O futuro da Saúde. Youtube, 8 jan de 2021. Disponível em: [O Futuro do Trampo - Ep. 01 - O futuro da Saúde \(youtube.com\)](O Futuro do Trampo - Ep. 01 - O futuro da Saúde (youtube.com))

BANCO DO BRASIL. Política específica de responsabilidade socioambiental (versão II). 21 nov. 2019. Disponível em: [politicresponamb.pdf \(bb.com.br\)](politicresponamb.pdf(bb.com.br))

BANCO DO BRASIL. A cultura no BB. 2021. Disponível em: <A Cultura no BB | CCBB>

BANCO DO BRASIL. AGENDA 21. 2004. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/pub/sitesp/sustentabilidade/dwn/Agenda21.pdf>

BANCO DO BRASIL. BB | Deseconomês - Grana para emergências. Youtube, 3 ago de 2019. Disponível em: [BB | Deseconomês - Grana para emergências \(youtube.com\)](BB | Deseconomês - Grana para emergências (youtube.com))

BANCO DO BRASIL. Código de Ética. 17 fev de 2022. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/portal/miami/PortuguesCodEtica.pdf>

BANCO DO BRASIL. Investimentos. 2024. Disponível em: <Investimentos BB: Fundos, Tesouro Direto, Ações. Simule Aqui>

BANCO DO BRASIL. Relatório anual 2000. Disponível em: [RA2000.pdf \(bb.com.br\)](RA2000.pdf(bb.com.br))

BANCO DO BRASIL. Relatório anual 2001. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/ri/pt/dce/dwn/RA2001.pdf>

BANCO DO BRASIL. Relatório anual 2010. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/ri/pt/dce/dwn/relatoriobb2010.pdf>

BANCO DO BRASIL. Relatório Anual 2014. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/uds/dwn/RELAN2014.pdf>

BANCO DO BRASIL. Relatório Anual 2018. Disponível em: <https://bbprevidencia.com.br/blog/wp-content/uploads/2020/11/Relato%CC%81rio-Anual->

[Consolidado- 2018.pdf](#)

BANCO DO BRASIL. Relatório Anual e de Responsabilidade Socioambiental 2003. Disponível em: <https://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/ri/pt/dce/dwn/RA2003.pdf>

BB LANÇA NOVOS COMPROMISSOS ALINHADOS ÀS PRIORIDADES GLOBAIS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Banco do Brasil, 29 Ago de 2023. Imprensa. Disponível em: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/imprensa/n/67568/bb-lanca-novos-compromissos-alinhados-as-prioridades-globais-de-desenvolvimento-sustentavel/#/>

BARBOSA, A et al. Redes sociais: revolução cultural na Internet. Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI: São Paulo, 2010.

BARBOSA, J. P. Trabalhando com os Gêneros do Discurso: uma perspectiva enunciativa para o ensino de Língua Portuguesa. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem). 2001. 247p. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2001.

BATISTA, P. N. (1995). O Consenso de Washington: a visão neoliberal dos problemas latinoamericanos. In: P. N. Batista et al. (Org). Em defesa do interesse nacional: desinformação e alienação do patrimônio público (pp. 1-36). São Paulo, SP: Paz e Terra.

BRAINSTORM ACADEMY. Efeito erro de gravação engraçado no Adobe Premiere. Youtube, 3 jun de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-NCbisMPswM>

BRAIT, B. (org). **BAKHTIN: CONCEITOS-CHAVE**. São Paulo: Contexto, 2005.

BRAIT, B. Linguagem e identidade: um constante trabalho de estilo. **Trabalho, educação e saúde**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, 2004, p. 15-32.

BRAIT, B. Olhar e ler: verbo-visualidade em perspectiva dialógica. **Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso**, São Paulo, v. 8, n.2, 2013, p. 43-66.

BRANDÃO, M. Temer diz que reforma trabalhista trará empregos e deixará país mais competitivo. Agência Brasil, 2017. Política. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2017-07/temer-diz-que-reforma-trabalhista-trara-empregos-e-deixara-pais-mais>

BRASIL. Casa civil. Medida provisória nº 2.196-1, de 28 de junho de 2001. Estabelece o programa de fortalecimento das instituições financeiras federais e autoriza a criação da empresa gestora de ativos – EMGEA. Brasília. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=MPV&numero=21961&ano=2001&ato=68cQzY610MNpWTa75>

BRASIL, Medida provisória nº 443, de 22 de outubro de 2008. Autoriza o Banco do Brasil S.A. e a Caixa Econômica Federal a constituírem subsidiárias e a adquirirem participação em instituições financeiras sediadas no Brasil, e dá outras providências. Brasília. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=413095>

BRESSER-PEREIRA, L. A crise financeira global e depois: um novo capitalismo? **Novos Estudos - Cebrap**, [S.L.], n. 86, p. 51-72, mar. 2010. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/nec/a/P9NqzwcNS6SjHefnrStskFt/?format=pdf&lang=pt>

BROWN, W. 2021. O Frankenstein do neoliberalismo: liberdade autoritária nas “democracias” do século XXI. In: **Neoliberalismo, neoconservadorismo e crise em tempos sombrios**. Recife: Seriguêla.

BROWN, W. Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão da política antidemocrática no Ocidente. Trad: Mario A. Marino; Eduardo Altheman C. São Paulo: Editora Filosófica Politeia, 2019.

CAMPOS, A. G. A atual reforma trabalhista: possibilidades, problemas e contradições. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Rio de Janeiro: Ipea, 2017

CARRASCOZA, J. A. **Estratégias criativas da publicidade** – Consumo e narrativa publicitária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

CARVALHO, E. F. Coaching no Brasil: uma pedra no sapato da saúde do trabalhador? Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) – Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca, Fundação Fio Cruz. Rio de Janeiro, p. 71, 2022;

CARVALHO, S. Uma visão geral sobre a reforma trabalhista. **Boletim Mercado de Trabalho**, Brasília, ano 23, n. 63, p. 82-94, 2017.

CHARADEAU, P. **Discurso das mídias**. Trad. Angela Correa. São Paulo: Contexto, 2019.

CHARAUDEAU, P. O discurso propagandista: uma tipologia. In: Machado, Ida Lucia & Mello, Renato, **Análises do Discurso Hoje**, vol. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (Lucerna) 2010, p.57-78, 2010., 2010

CRAIG, David. Creator management in the social media entertainment industry. In: Deuze, Mark; Prenger, Mir-jam (editores). **Making media: production, practices, and professions**. Amsterdam: Amsterdam University Press, pp. 363-374. 2019 ISBN: 978 94 62988118.

CREMONESE, D. **Neoliberalismo: o capitalismo globalizado**. Ijuí/Rs. 2001.

DANTAS, R. N. R. Traçados, cores e riscos: etnografia de uma cidade redesenhada pela pichação/grafitti. 2018. 177p. Trabalho de Conclusão de curso (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/15218>

DARDOT, P; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. Trad. Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016.

DE LIMA, L.; JÚNIOR, P. F. M. G. A importância das certificações financeiras para gestores de investimentos no Brasil. In: GALVÃO JÚNIOR. **Liberdade Econômica e Igualdade Social**, Administração pelo IESP Faculdades, 2018. Paraíba: Editora IESP, 2019.

DELUIZ, Neise. O modelo das competências profissionais no mundo do trabalho e na educação: implicações para o currículo. **Boletim Técnico do Senac**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 3, p. 12- 25, 2001. Disponível em: <https://senacbts.emnuvens.com.br/bts/article/view/572>

DIAS, V. T; MORAIS, P.; RODRIGUES, I. C. P. Neoliberalismo, ideologia neoliberal e regressão de direitos: Análises de cinco peças publicitárias sobre a reforma trabalhista divulgadas pelo governo Temer no microblog Twitter. **Ambivalências**, v. 10 n. 19, p. 331-371, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/Ambivalencias/article/view/17400>

DRUCK, G. A tragédia neoliberal, a pandemia e o lugar do trabalho. *O Social em Questão*, ano XXIV, n. 49, p. 11-34, 2021.

DÚMENIL, G.; LÉVY, D. Neoliberalismo – neo-imperialismo. *Economia e Sociedade*, Campinas, v. 16, n. 1 (29), p. 1-19, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ecos/a/cfDMs4q5hRKM5JX45GchJ6C/>

DUQIE, F. O ideário neoliberal: a formação do sujeito empreendedor. **Revista Enfil**, v. 1, n. 16, p. 234-248, 2023. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/enfil/article/view/57111/34018>.

EMPRESAS. **ONU Mulheres**, 2024. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres/>

EPA, L. Liberdade comunicativa e forma direito. In: COLÓQUIO HABERMAS, 11., 2015, Rio de Janeiro. Anais [...] Rio de Janeiro: Salute, 2016. p. 10 - 19.

FARACO, C. **Linguagem e diálogo**: as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FEITOSA, D. S; SANTOS, G. F. dos; SILVA, S. R. P. da. Paulo Freire e a Pedagogia Libertadora: uma ameaça à perspectiva de educação neoliberal da (extrema) direita no Brasil. **Filosofia e Educação**, Campinas, vol.14, n.1, p.201-221, jan./abr., 2022. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rfe/article/view/8668581>

FERRARI, M. A; CABRAL, R; SALHANI, J. (2022) Estudo analítico do mapeamento de empresas brasileiras comprometidas com a Agenda 2030 da ONU. *Revista Gestão Organizacional*, 15(2), 105-120. Disponível em: <https://pegasus.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/6604>;

FERRETTI, C. A reforma do ensino médio e sua questionável concepção de qualidade da educação. *Estudos Avançados*, v. 32, n. 93, p. 25-42, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/RKF694QXnBFGgJ78s8Pmp5x/?lang=pt&format=html>

FILGUEIRAS, L. **A história do Plano Real**: fundamentos, impactos e contradições (São Paulo: Boitempo), 2000.

FILGUEIRAS, L. **O neoliberalismo no Brasil**: estrutura, dinâmica e ajuste do modelo econômico. In. *Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales*. Basualdo, Eduardo M.; Arceo, E. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Agosto 2006. Disponível: <https://core.ac.uk/download/pdf/35172244.pdf>

FILGUEIRAS, V., & ANTUNES, R. (2020). Plataformas digitais, uberização do trabalho e

regulação no capitalismo contemporâneo. **Revista Contracampo**, 39(1), 27–43. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/38901/pdf>

FORMANSKI, F. N.; GONÇALO, C. R.; ANGELONI, M. T.; FORMANSKI, J. G. Estratégia de relacionamento com o cliente por meio das redes sociais digitais: um estudo de caso no banco do Brasil S/A. *Reuna*, v. 18, n. 2, p. 83–98, 2013. Disponível em: <https://revistas.una.br/reuna/article/view/533>

FOUCAULT, M. **Nascimento da biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

FRANCESCHINI, A. Psicologia organizacional e a análise do comportamento. *Transformações em Psicologia*, v. 2, n. 2, pp. 114-125, 2009. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S2176-106X2009000200007&script=sci_arttext

FRASER, N. Do neoliberalismo progressista a Trump - e além. *Revista Política & Sociedade*, v.17, n. 40, 2018, pp.43-64. Disponível em: https://www.proquest.com/openview/361bc74d95f565edcb364a54c02c5413/1?pqorigsite=gsc_holar&cbl=1796430

FURBINO, I. Visão holística empresarial: entendo o que é, importância e como desenvolver. **Sólides**, Belo Horizonte, 27 ago de 2021. Portal. Disponível em: <https://blog.solides.com.br/visao-holistica-empresarial/>

GAGO, V. **A razão neoliberal**: Economias Barrocas e pragmática popular. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

GAY, G. L. A influência da propaganda na aquisição de produtos do Banco do Brasil S.A. 2007. Trabalho de conclusão de curso (Pós-Graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/13974>

GEHM, T. C. (2013). As transformações no sistema bancário e a hostilidade nas condições de trabalho: Um olhar a partir do Banco do Brasil (Dissertação de mestrado). Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, Brasil. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/909574>

GOMES, L. Margaret Thatcher – Discurso conferência do partido conservador de 1986 – Legenda PT-Br. Youtube, 13 abr de 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jD7WDurTFXA>

GRACIOLLI, E., LAMANA DINIZ, P. (2010). “Responsabilidade social empresarial e estado Neoliberal”. In: Dos Santos Souza, J.; Araujo, R. (Orgs.). **Trabalho, Educação e sociabilidade. Brasil**, Ed Práxis, p. 123-137

GROSS, D. Considerações sobre o neoliberalismo como movimento ideológico internacional. **Ensaio FEE**, v. 29, n. 2, 2008. Disponível em: <https://revistas.planejamento.rs.gov.br/index.php/ensaios/article/view/2188/2580>. Acesso em: 20 mar. 2023

GUERRA, M. P. Constitucionalismo no New Deal. **Observatório da Jurisdição**

Constitucional, v. 1, n. 1, 2010. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/observatorio/article/view/530/353>

HALL, S. A centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções sociais do nosso tempo. **Educação & realidade**. Porto Alegre, v.22, n.2, p.15-46, jul/dez,1997. Disponível em: < <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71361>>.

HARTMANN, V. H. P. Startup: uma nova forma de empreender. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de empresas) – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/3966>

HARVEY, D. **O neoliberalismo**: história e implicações. Trad. Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 2014;

HOLANDA, A. (1998). Saúde e doença em Gestalt-Terapia: Aspectos filosóficos. Estudos de psicologia, 15 (2), 29-44. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/estpsi/a/vc7jRxtLbpj7fL355FYCD7N/abstract/?lang=pt>

HOTMART. Como comprar um produto pela Hotmart. 2024. Disponível em: <https://help.hotmart.com/pt-br/article/como-comprar-um-produto-pela-hotmart-/360014492431>

JUNG, N. L. As mudanças no Banco do Brasil na década de 1990: identificação, causas e conseqüências. 2004. 159 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004

KONCHINSKI, V. Americana entra em recuperação judicial para tentar escapar da falência: entenda. **Brasil de Fato**, Curitiba, 20 jan de 2023. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/01/20/americanas-entra-em-recuperacao-judicial-para-tentar-escapar-da-falencia-entenda#:~:text=A%20Americanas%20est%C3%A1%20oficialmente%20em,e%20tentar%20escapar%20da%20fal%C3%AAncia>.

LARANGEIRA, S. M. G. Reestruturação produtiva no setor bancário: a realidade dos anos 90. **Educação & Sociedade**, v. 18, n. 61, p. 110-138, 1997. Disponível: <https://www.scielo.br/j/es/a/f3dqJchfbcbmt6szbyTp96B/?lang=pt>

LEÃO, G. O que os jovens podem esperar da Reforma do Ensino Médio? **Educação em Revista**. Belo Horizonte, v. 34, p.1-23. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/5ZBJkFDW3d6pL9KVFcFCQHx/>

LIMA, T. D; DEUS, L. N. A crise de 2008 e seus efeitos na economia brasileira. **Cadernos de Economia**, Chapecó, v. 17, n. 32, p. 52-65, jan./jun. 2013. Disponível em: <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rce/article/view/1651>

LIRA, F. **Do socialismo ao Neoliberalismo**: O Chile dos anos 1970. **Vitrine da Conjuntura**, Curitiba, v.3, n. 6, agosto 2010. Disponível em: <https://img.fae.edu/galeria/getImage/1/261427454798353.pdf>

MACIEL, D. De Lula à Dilma Rousseff: crise econômica, hegemonia neoliberal e regressão

política. Blog marxismo 21, 2013. Disponível em: <https://www.marxismo21.org/wp-content/uploads/2013/06/D-Maciel-2.pdf>

MANGINI, F. N. R.; MIOTO, R. C. T. A interdisciplinaridade na sua interface com o mundo. *KáTal*, v. 12, n. 2, p. 207 –215, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rk/a/BJKqDcDwLY5wg9fBmgNgDzj/?lang=pt&format=html>

MARRACH, S. A. Neoliberalismo e educação. In: SILVA JUNIOR, C. A. da et al. **Infância, educação e neoliberalismo**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

MARTINS, F. **De Lênin a Gorbachev**: o planejamento econômico na União Soviética. (Monografia). UFU, Ciências Econômicas. 2019

MEDVIÉDEV, P. **O método formal nos estudos literários**: introdução crítica a uma poética sociológica. Trad. Sheila Grillo e Ekaterina Américo. São Paulo: Contexto, 2012

MENDES, K. O Banco do Brasil no últimos anos da ditadura militar. In: ANABB. **Coleção Banco do Brasil 200 anos**, n. 7. 2008. Disponível em: <https://www.anabb.org.br/pdf/bb200/bb07.pdf>.

MOLL, E; DI FANTI, M. O encontro de subjetividades no enunciado: apontamentos sobre alteridade e linguagem nos escritos do Círculo de Bakhtin. **Letrônica**, Porto Alegre, v.13, n., p.1-16, 2021. Disponível em: https://meriva.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/25373/2/O_encontro_de_subjetividades_no_enunciado_apontamentos_sobre_alteridade_e_linguagem_nos_escritos_do_Crculo_de_Bakhtin.pdf

MONTESANTI, B. “Bancada Lemann”: os políticos apoiados pelo 2º homem mais rico do Brasil. **Notícias UOL**, 22 mai de 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/05/22/com-trajetoria-parecida-deputados-associados-a-lemann-divergem-napolitica.htm>

MORAES, R. B. S; OLIVEIRA, M. A. G; ACCORSI, A. Uberização do trabalho: a percepção dos motoristas de transporte particular por aplicativo. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*, v. 6, n. 3, p. 647-681, 2019

MORTE. In.: **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/morte/>

MOURA, A. R. Notas sobre o ajustamento do sistema bancário privado no Brasil pós-Real. *Revista Brasileira de Economia*, v. 52, 1998.

NA CAIXA E NO BB, OS FUNCIONÁRIOS VESTEM PRETO. **Bancários Bahia**, 27 fev de 2020. Disponível em: <https://www.bancariosbahia.org.br/noticia/28060,na-caixa-e-no-bb-os-funcionarios-vestem-preto.html>

NOSSO MANIFESTO. **Fundação Lemann**, São Paulo, 13 abr de 2023. Notícias. Disponível em: <https://fundacaolemann.org.br/noticias/nosso-manifesto>

OLIVEIRA, M. T. (2019). O Grupo Lemann e o novo papel dos aparelhos privados de

hegemonia no campo da educação no Brasil. RTPS –Revista Trabalho, Política e Sociedade, 4(7), 159-170. Disponível em: <https://costalima.ufrj.br/index.php/RTPS/article/view/335>

OLIVEIRA-SILVA, L. C.; WERNECK-LEITE, C. D. D. S.; CARVALHO, P. S. F.; ANJOS, D. C. D.; BRANDÃO, H. I. M. (2018). Desvendando el Coaching: Una Revisión bajo la Óptica de la Psicología. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 38(2), 363-377. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/yb5jLS4xZvvnv7pvxxJfYftx/#>;

O QUE É MENTORING? ENTENDA OS BENEFÍCIOS PARA SUA EMPRESA. **Zenklub**, São Paulo, 27 jul de 2022. Trabalho. Disponível em: <https://zenklub.com.br/blog/trabalho/mentoring/>

O QUE É UM INVESTIDOR ANJO. **Anjos do Brasil**. 2023. Disponível em: <https://www.anjosdobrasil.net/o-que-e-um-investidor-anjo.html>

PASSOS, D. S. A crise de 2008 e o Banco do Brasil: um estudo de caso. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Departamento de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, p. 63. 2010.

PAULA, L. de; LUCIANO, J. A. R. As noções bakhtinianas de linguagem e enunciado. **Letras de Hoje**, v. 56, n. 3, p. 453-464, 2021b. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/fale/article/view/42207/27371>

PAULANI, L. M. A hegemonia neoliberal”. In: BIELSHOWSKY, R. et al. (orgs.). O desenvolvimento econômico brasileiro e a Caixa. Rio de Janeiro, Centro Celso Furtado/Caixa Econômica Federal.

PENIAGO, M. **Controle social do trabalho sobre o capital**: tentativa e fracassos. Maceió: Coletivo Veredas, 2021.

PINHO, J. B. Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990.

PINTO, Anacleto Laurino; RIBEIRO, Maisa de Souza. Balanço social: avaliação de informações fornecidas por empresas industriais situadas no estado de Santa Catarina. *Revista Contabilidade & Finanças*, v. 15, n. 36, p. 21-34, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rcf/a/3pwdSmH83C4HbrmtQBVQp8z/?format=html>

PLANEJAR. A certificação CFP. São Paulo. Disponível em: <https://planejar.org.br/requisitos-da-certificacao-cfp/>

PRADO, L. C. D. “A Grande Depressão e a Grande Recessão: Uma comparação das crises de 1929 e 2008 nos EUA”. **Revista Econômica**, v. 13, n. 2, p. 9- 44, 2011. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revistaeconomica/article/view/34830>

REFORMA VAI GERAR EMPREGOS E DAR SEGURANÇA JURÍDICA E EMPREGOS, DIZ NOGUEIRA. Estado de Minas, 2017. Economia. Acesso em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2017/05/16/internas_economia.869342/reforma-vai-gerar-empregos-e-dar-seguranca-juridica-a-empresas-diz-no.shtml

RIBEIRO, A. F. Taylorismo, fordismo e toyotismo. **Lutas Sociais**, São Paulo, v. 19, n. 35, p. 65-79, 2015. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/ls/article/view/26678>

RIBEIRO, K, R. Bivocalização e plurivocalização no culto televisivo show da fé: tensão entre fé, Mercado e publicidade. 2015 .261 f. Tese (Doutorado em Letras) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015

ROCHA, D. O esporte como ferramenta de *marketing* no Banco do Brasil. 2011. 57 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Brasília (UnB), Brasília, 2011. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/2463>

ROJAS, R. I. Q. Regionalizar para governar (1973-1985): Território, geopolítica e neoliberalismo no Chile autoritário. 2021. 341 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-18102021-223025/publico/2021_RodolfoIvanQuirozRojas_VCorr.pdf

SAAD FILHO, A. Crise no neoliberalismo ou crise do neoliberalismo? Crítica e Sociedade: revista de cultura política. v.1, n.3, Edição Especial –Dossiê: A crise atual do capitalismo, dez. 2011. Disponível em: [https://seer.ufu.br/index.php/criticasociedade/article/view/14547/;](https://seer.ufu.br/index.php/criticasociedade/article/view/14547/)

SAIBA COMO A CLUSTERIZAÇÃO DE CLIENTES VAI TE AJUDAR A ALAVANCAR RESULTADOS. **Cinnecta**, 9 dez 2022. Disponível em: <https://cinnecta.com/conteudos/clusterizacao-de-clientes/>

SANTAELLA, L; MENDONÇA, M. Reconfigurações da publicidade no cyberspaço: um cenário em construção. In: **Ciberpublicidade: Discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática**. Org. Guilherme Atem, Thaiane Oliveira, Sandro Azavedo. 1 ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

SANTOS, R. O. Algoritmos, engajamento, redes sociais e educação. *Acta Scientiarum Education*, v. 44, 2022

SEGNINI, L. R. P. Reestruturação nos bancos no Brasil: desemprego, subcontratação e intensificação do trabalho. **Educação e Sociedade**, v. 20, n. 67, p. 183 – 209, 1999. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/GJhNQKGf3NnD9ZjS4sTz3vJ/?lang=pt>

SILVA, A. R.; AGUILAR-FILHO, H. A. Democracia e sociedade de mercado. *Revista de Economia do Centro-Oeste*, v. 5, n. 2, p. 24-37, 2019.

SILVA, C. H. Da. Sustentabilidade no Banco do Brasil S.A.: A Responsabilidade socioambiental para além da vantagem competitiva. Monografia (Especialização em Gestão de Pessoas). Afonso: Universidade do Estado da Bahia – UNEB – Campus VIII, 2008.

SILVA, M. G.; RODRIGUES, T. C. M. O populismo de direita no Brasil: neoliberalismo e autoritarismo no governo Bolsonaro. *Mediações - Revista de Ciências Sociais*, Londrina, v. 26, n. 1, p. 86-107, jan./abr.2021. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/42098>

SOBRAL, A; GIACOMELLI, K. A concepção dialógica e os dois planos da linguagem e da

constituição do sujeito: algumas considerações. **Nonada**: Letras em Revista, v. 1, n. 24, 2015, p. 204-223, Porto Alegre. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5124/512451510015.pdf>

SLEE, T. Uberização: a nova onda do trabalho precarizado. São Paulo: Elefante, 2017.

STREHLER, R.G. As propagandas dos Bancos: Um tipo de Discurso. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**. Brasília, v. 3 n.1. p. 104-126. 1997. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/4055>

SOUZA, A. L. C. Raça e trajetória profissional: a história de bancários negros no Banco do Brasil (1964 a 2008). Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Serviço Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/1280>;

STANDING, G. O precariado: a nova classe perigosa / Guy Standing; trad. Cristina Antunes. - 1. ed.; 1. reimp. - Belo Horizonte : Autêntica Editora, 2014.

STEFANO, S. R.; TEIXEIRA, G. Desenvolvimento Sustentável nas Organizações: Programas do Banco do Brasil. **Revista Competitividade e Sustentabilidade ComSus**, 1, p. 46-61, 2014. Disponível em: <https://saber.unioeste.br/index.php/comsus/article/view/11462>

SZMIT, R. A Ameaça de Crise Sistêmica em 1995 e o Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional - PROER. (Monografia). Instituto de Economia – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.

TACHIZAWA, T. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-407031>

TEDX TALKS. Os segredos da felicidade | Davizinho Braga | TEDxGoiânia. YouTube, 23 dez de 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CouZKzSl3B4>

TEIXEIRA, A. O que é e como funciona o Linktree? **Tecnoblog**, Americana, [2021?]. TB responde. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-e-como-funciona-o-linktree/>

TIAGO, P. R. S. Universidade Corporativa do Banco do Brasil: Atuação da UniBB como sistema de desenvolvimento educacional. In: **XIV Simpósio Científico Cultural**, Campo Grande. Anais do SCIENCULT. 9(1). 2023. 100-115. Disponível em: <https://anaisonline.uems.br/index.php/sciencult/article/view/9097>

UNIVERSIDADE CORPORATIVA BANCO DO BRASIL. Relatório anual 2017. Disponível em: <https://www.unibb.com.br/V5/saiba-mais#/apresentacao>

UNIVERSIDADE CORPORATIVA BANCO DO BRASIL. Relatório anual 2018. Disponível em: <https://www.unibb.com.br/V5/saiba-mais#/apresentacao>

VARGAS, T. B. Planos de desligamento voluntário na administração pública: entre o mito do contingenciamento e a fábula da terceirização eficiente. *International Journal of Digital Law*,

v.1, n.2, 2020.

VAZ, O; PERUYERA, M. **Uma história da publicidade**. Curitiba: InterSaberes, 2020.

VIDOTTO, Carlos Augusto. Crise e reestruturação de uma estatal. Revista Economia, UFPR, Curitiba, n. 24, p. 43-72, 2000. Disponível em: https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/UFPR-16_f572c604eac25a1caf1267fb33ce0917

VOLOCHINOV, V. A palavra na vida e a palavra na poesia: ensaios, artigos, resenhas e poemas. Trad. Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2019;

VOLOCHINOV, V. Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico no estudo da linguagem. Trad. Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2021.

WACQUANT, L. Três etapas para uma antropologia histórica do neoliberalismo realmente existente. **Caderno CRH**, Salvador, v. 25, n. 66, p. 505-518, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/ZkxxQjDk5XZHxxtVdHWvtym/?format=pdf&lang=pt>

WALLERSTEIN, Immanuel. O Declínio do Poder Americano. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

WONDERSHARE FILMORA VIDEO EDITOR PORTUGUÊS. Como editar vídeo igual ao LubaTV? 5 efeitos Rápidos e fáceis! Youtube, 16 dez de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4Z66161P5Iw>

YOUTUBE ADS: entenda quais os formatos disponíveis e como criar uma campanha de sucesso no Youtube. Rockcontent. 20 fev de 2020. Blog. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/youtube-ads/>

ZACOUTEGUY, J. A. Universidade corporativa Banco do Brasil – UNIBB: Centro de treinamento ou espaço político-pedagógico de formação humana? 2011. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/29940>