




# Da Racionalidade Neoliberal à Autoajuda Empreendedora dos *Coaches*: Capitalismo Afetivo, Cultura da Inspiração e Felicidade nos Contextos Pandêmico e Pós-pandêmico

## From Neoliberal Rationality to Coaches' Entrepreneurial Self-Help: Affective Capitalism, Inspirational Culture and Happiness in Pandemic and Post-Pandemic Contexts

Rogério Luiz Covaleski <sup>1</sup>  
Flávia Carvalho de Freitas <sup>2</sup>

 DOI: 10.59306/memorare.v11e12024e20480

**Resumo:** No atual contexto neoliberal, *coaches* pregam sobre a autoajuda empreendedora, em detrimento de polêmicas que os envolvem como a falta de regulamentação da atividade, a prática ilegal da psicologia e a espetacularização do discurso inspiracional nas mídias sociais digitais. Nos cenários pandêmico e pós-pandêmico, o discurso de autoajuda pouco reverberou as crises sanitárias, sociais e econômicas. Este trabalho tem como objetivo analisar a materialização do discurso inspiracional dos *coaches* influentes no Instagram no período de crise pandêmica articulado aos preceitos do neoliberalismo, cultura da inspiração e capitalismo afetivo. Para tanto, partimos de uma revisão de literatura constituída de estudos sobre *Capitalismo afetivo* (Illouz, 2011), *Cultura da inspiração* (Casaqui, 2017), *Autoajuda* (Marín-Díaz, 2015) e *Neoliberalismo* (Dardot; Laval, 2016; Safatle; Silva Junior; Dunker, 2021). Com esta investigação, compreendemos que o discurso inspiracional dos *coaches* é atravessado por uma série de silenciamentos, ao ocultarem a complexidade da conjuntura de crises e enaltecem a perspectiva individual como a resolução dos problemas.

**Palavras-chave:** Neoliberalismo. Comunicação digital. Consumo.

**Abstract:** In the current neoliberal context, coaches preach entrepreneurial self-help, to the detriment of controversies surrounding them such as the lack of regulation of the activity, the illegal practice of psychology and the spectacularization of inspirational discourse on digital social media. In the pandemic and post-pandemic scenarios, the self-help discourse had little impact on the health, social and economic crises. This paper discusses how influential coaches on Instagram materialize the inspirational discourse focused on the crisis in a period such as the pandemic. To this end, we draw on a theoretical framework consisting of studies on *Affective Capitalism* (Illouz, 2011), *Culture of Inspiration* (Casaqui, 2017), *Self-Help* (Marín-Díaz, 2015) and *Neoliberalism* (Dardot; Laval, 2016; Safatle; Silva Junior; Dunker, 2021). With this research, we understand that the coaches' inspirational discourse is crossed by a series of silences, as they hide the complexity of the crisis situation and praise the individual perspective as the solution to problems.

**Keywords:** Neoliberalism. Digital communication. Consumption.

1 Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), com pós-doutoramento em Conteúdo de Marca (Univesitat Pompeu Fabra – Barcelona). Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPE. Líder do GP PHiNC – Publicidade Híbrida e Narrativas de Consumo. Pesquisador em Produtividade CNPq. E-mail: rogerio.covaleski@ufpe.br

2 Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Pesquisadora dos Grupos de Pesquisa PHiNC – Publicidade Híbrida e Narrativas de Consumo, e FECECCAP – Núcleo de Estudos Críticos de Feminismos, Gênero, Consumo e Capitalismo. E-mail: flavia.cfreitas@ufpe.br

## 1 Introdução

A pandemia originou novas crises e catalisou outras que o mundo já enfrentava. Após mais de três anos de duração – entre março de 2020 e maio de 2023 –, a desigualdade social se acentuou. No período, houve o incremento no número de novos bilionários e o aumento de pessoas na extrema pobreza. Segundo o relatório “A desigualdade mata”, realizado pela Oxfam, organização brasileira que visa diminuir as desigualdades sociais, os 10 homens mais ricos do mundo tiveram seu patrimônio dobrado, enquanto os 99% restantes da população sofreram com queda na sua renda. Em nosso país, a desigualdade social também se agravou:

No Brasil, são 55 bilionários com riqueza total de US\$ 176 bilhões. Desde março de 2020, quando a pandemia foi declarada, o país ganhou 10 novos bilionários. O aumento da riqueza dos bilionários durante a pandemia foi de 30% (US\$ 39,6 bilhões), enquanto 90% da população teve uma redução de 0,2% entre 2019 e 2021. Os 20 maiores bilionários do país têm mais riqueza (US\$ 121 bilhões) do que 128 milhões de brasileiros (60% da população) (Oxfam, 2022).

Tais dados são representativos na lógica neoliberal instalada na contemporaneidade. O neoliberalismo foi concebido como alternativa para lidar com os impasses do capitalismo (Safatle; Silva Junior; Dunker, 2021). Entretanto, os dados apresentados pela Oxfam mostram que o neoliberalismo não apenas não cumpriu seu objetivo de lidar com as crises, como as intensificou, sobretudo no período de crise pandêmica. Estes parâmetros mostram apenas uma faceta do capitalismo contemporâneo, um sistema amparado em crises para sua efetivação na sociedade.

O capitalismo, sob muitos aspectos, é um sistema absurdo: os assalariados perderam a propriedade do resultado de seu trabalho e a possibilidade de levar uma vida ativa fora da subordinação. Quanto aos capitalistas, estão presos a um processo infundável e insaciável, totalmente abstrato e dissociado da satisfação de necessidades de consumo, mesmo que supérfluas (Boltanski; Chiapello, 2009, p. 38).

Com o aumento da pobreza, cresce a precarização do trabalho e muitos procuram no empreendedorismo o caminho para obter renda, já que os empregos com carteira assinada estão cada vez mais escassos, somadas às reformas políticas que retiram os direitos trabalhistas. De acordo com pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2020, o Brasil perdeu mais de 10 milhões de empreendedores após a eclosão da pandemia. Em contrapartida, obteve crescimento no número de pessoas que empreendem por necessidade. Cerca de 82% dos respondentes afirmaram que querem “ganhar a vida” empreendendo em virtude da falta de oportunidades de emprego – o que contribuiu para a plataforma da

economia proporcionada pelas *Big techs*, que enevoaram tal cenário respaldadas por promessas vãs em torno do empreendedorismo:

Ao examinar as condições atuais de trabalho e as medidas tomadas pelas plataformas digitais, tem-se que as empresas utilizam dos ensinamentos do neoliberalismo para criar um cenário de trabalho precário baseado na ideia do empreendedorismo e da busca pela autonomia e pelo sucesso que, possibilitados pela pobreza e o desemprego, encontrou raízes para se estabelecer no Brasil (Portes, 2023, p. 17).

Além do generalizado de crises envolvendo aspectos sociais e econômicos, há também a crise psíquica, que antes da pandemia já causava preocupação e se intensificou ainda mais neste período:

De acordo com dados da Organização Mundial da Saúde (OMS), quase 1 bilhão de pessoas vivem com transtornos mentais atualmente. Outra pesquisa, realizada pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP), mostrou que 47,9% dos psiquiatras entrevistados perceberam uma alta nos atendimentos realizados após o início da crise pandêmica e 89,2% dos médicos relataram agravamento do quadro psiquiátrico nos pacientes (Nova, 2022).

O isolamento social, o medo de ser contaminado e de falecer em decorrência da Covid-19, assim como a falta de contato com entes queridos são apenas alguns fatores que intensificam esse quadro (Pandemia, 2022). A preocupação financeira e o desemprego também são determinantes no agravamento de transtornos mentais. Somadas ao crescimento do número de pessoas diagnosticadas com transtornos psíquicos, ainda há a escassez de recursos e investimentos para os tratamentos de saúde mental.

O Brasil não fugiu a este cenário de crise psíquica. Em estudos realizados no início da pandemia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, os casos de depressão no país cresceram 50% e os de ansiedade 80% (Mercier, 2020). A crise pandêmica foi apenas um catalisador, pois o cenário já se mostrava grave antes de 2020. Além dos problemas psicológicos e dos contextos individuais que influenciam no desenvolvimento desses transtornos, aspectos da conjuntura social devem ser considerados e discutidos. Como veremos a seguir, o próprio neoliberalismo cria e gere o sofrimento psíquico (Safatle; Silva Junior; Dunker, 2021).

Neste panorama de crise psíquica, surgem figuras que se destacam por serem propagadores da motivação, como os empreendedores de sucesso, os gurus espirituais e os *coaches*. O crescimento do mercado editorial de autoajuda, aliado à pluralidade das plataformas digitais e a ascensão dos influenciadores digitais, sedimentou o terreno para o *coaching* se tornar um fenômeno midiático.

Sendo assim, o objetivo geral deste artigo é analisar a construção do discurso inspiracional dos *coaches* influentes no Instagram no período de crise pandêmica articulado aos preceitos do neoliberalismo, cultura da inspiração e capitalismo afetivo. E ainda, como objetivos específicos, analisar a relação entre os conceitos de autoajuda e racionalidade neoliberal; entender os efeitos de sentido suscitados nas produções dos *coaches* no Instagram relativas à autoajuda empreendedora e a lógica neoliberal; investigar o papel dos *coaches* no contexto de felicidade e positividade tóxica.

Empregamos como procedimento metodológico uma ampla revisão de literatura, incluindo-se aportes da Análise do Discurso, sobretudo a partir dos estudos de Orlandi (2020) sobre o silenciamento discursivo – basilares para a investigação.

Escolhemos como objeto de estudo publicações do Instagram dos *coaches* José Roberto Marques<sup>3</sup> e Paulo Vieira<sup>4</sup>, no período da pandemia. Ambos são influentes no Instagram e na sua área de atuação, criaram o próprio método de aplicação do *coaching*, são donos das empresas em que atuam, lançaram livros que se configuram como *best-sellers* e estão no mercado há mais de uma década. Além disso, têm a formação de *Master coach*, uma categoria no segmento para profissionais com mais experiência e certificações.

## 2 Neoliberalismo como forma de vida e gestão do sofrimento psíquico

Para manter o seu funcionamento, o capitalismo precisa sofrer algumas metamorfoses. A acumulação desenfreada é uma característica essencial, mas não há como permanecer com o mesmo modelo perante as mudanças sociais – muitas delas oriundas das próprias transformações do capitalismo. Conforme Boltanski e Chiapello (2009, p. 40) “as pessoas precisam de poderosas razões morais para aliar-se ao capitalismo” e, para tanto, o espírito do capitalismo deve estar vinculado aos preceitos morais dos indivíduos. De acordo com os autores, o “espírito do capitalismo é justamente o conjunto de crenças associadas à ordem capitalista que contribuem para justificar e sustentar essa ordem, legitimando os modos de ação e as disposições coerentes com ela” (Boltanski; Chiapello, 2009, p. 42). Ou seja, entender o funcionamento do espírito do capitalismo é compreender as influências e articulações desencadeadas pelo neoliberalismo.

---

<sup>3</sup> Conforme informações do seu site oficial, JRM tem mais de 30 anos de carreira na área de treinamento comportamental, formações e certificações. É presidente e fundador do Instituto Brasileiro de Coaching – IBC. Criou sua própria metodologia de *coaching* - o *Self coaching*

<sup>4</sup> Paulo também atua como *coach* há mais de 20 anos e criou o próprio método – CIS (Coaching Integral Sistemico) –, e a própria escola – FEBRACIS.

Por sua vez, dissertar sobre o neoliberalismo é se deparar com sua complexidade. Reduzir o conceito a uma única definição para o termo seria limitante. É possível conceituar o neoliberalismo sob uma perspectiva econômica, social, política, subjetiva, não sendo estas divisões estanques. Alguns estudiosos preferem estudar os “neoliberalismos” no plural, uma vez que, inseridos em diferentes conjunturas sociais, adquirem novas formas e camadas de significados (Andrade, 2019). Em razão da sua abrangência e pluralidade, o termo se torna objeto de disputa, sendo conceituado de acordo com cada vertente:

Assim como ocorre com outros conceitos (democracia, populismo, poder etc.), que são dotados de caráter fortemente normativo, de natureza multidimensional e de abertura para modificação ao longo do tempo, o neoliberalismo torna-se alvo de disputas e, portanto, de dispersão conceitual, de inconsistência terminológica e de definições fracas (Andrade, 2019, p. 211).

Grosso modo, poderíamos dizer que o neoliberalismo é um modelo econômico que se tornou proeminente nos 1980 (Roy; Steger, 2010) e teve suas origens no Colóquio Walter Lippmann, em 1938, e na reunião da Sociedade de Mont Pèlerin, 1947 (Andrade, 2019). Ou que é uma teoria sobre o funcionamento da economia “desenvolvida entre 1930 e 1970, por Von Mises, Hayeck, Friedman e Becker” (Safatle; Silva Junior; Dunker, 2021, p. 11).

Ater-se apenas aos aspectos do mercado seria equivocado, visto que o neoliberalismo atua em subjetividades e questões sociais para conduzir as condutas dos indivíduos e ainda “emprega técnicas de poder inéditas sobre as condutas e as subjetividades. Ele não pode ser reduzido à expansão espontânea da esfera mercantil e do campo de acumulação do capital” (Dardot; Laval, 2016, p. 21).

Nas palavras de Foucault (2008), o que constitui a política neoliberal é a proliferação de uma forma-empresa, em que os indivíduos são conduzidos para se verem como pequenas empresas ou, melhor, empreendedores de si. O autor emprega o termo governamentalidade para conceituar uma estratégia política de criação de condições sociais para a produção do *Homo oeconomicus*, “o homem da empresa e da produção” (2008, p. 201).

A garantia da concorrência e competitividade são pontos que justificam o prefixo *neo* do neoliberalismo (Rodrigues; Silva; Freitas, 2022). Há uma “transformação do sujeito da troca e da satisfação de necessidades (liberalismo clássico) em um sujeito da competição e do aprimoramento do capital humano (neoliberalismo)” (Brown, 2019, p. 31). O sujeito neoliberal é o homem competitivo, em constante alta performance, longe de ser um agente passivo. Busca autoaprimoramento sem limites para não “sair perdendo” na arena de

competição. O medo social embutido nesta lógica – como o medo de não conseguir um trabalho, por exemplo – catalisa esta racionalidade de disputa (Dardot; Laval, 2016).

O desejo de ser o próprio chefe e ter flexibilidade, trabalhando apenas nas horas desejadas, é um reflexo de como essa racionalidade neoliberal se faz presente em variadas esferas da vida. A uberização, outra faceta do capitalismo contemporâneo, exemplifica como a disseminação e estímulo ao “espírito empreendedor” nada mais é do que um mecanismo ardiloso para o crescimento da precarização do trabalho:

A uberização nomeia um novo tipo de gestão e controle da força de trabalho, também compreendida como uma tendência passível de se generalizar no âmbito das relações de trabalho [...]. Resultando das formas contemporâneas de eliminação de direitos, transferência de riscos e custos para os trabalhadores e novos arranjos produtivos, ela em alguma medida sintetiza processos em curso há décadas, ao mesmo tempo em que se apresenta como tendência para o futuro do trabalho (Abílio; Amorim; Grohmann, 2021, p. 27).

Dardot e Laval (2016) reiteram que o sujeito neoliberal é o sujeito do gozo, do desempenho, ágil, que sempre se põe em risco no cenário competitivo. Ao mesmo tempo é um sujeito dócil, empático e positivo, pois para se manterem na engrenagem capitalista, indivíduos violentos e com vontade de se rebelar seriam um risco na consolidação do ideário que o sistema prega. É também o sujeito da performance, aquele que não pode parar e nem se vitimizar pois não há tempo a perder diante da competitividade. Existem ferramentas e técnicas desenvolvidas – incluindo o próprio *coaching* – que são empregadas com o intuito de auxiliar os indivíduos a se fortalecerem e se manterem ativos:

Diferentes técnicas, como coaching, programação neurolinguística (PNL), análise transacional (AT) e múltiplos procedimentos ligados a uma “escola” ou um “guru” visam a um melhor “domínio de si mesmo”, das emoções, do estresse, das relações com clientes ou colaboradores, chefes ou subordinados. Todos têm como objetivo fortalecer o eu, adaptá-lo melhor à realidade, torná-lo mais operacional em situações difíceis (Dardot; Laval, 2016, p. 339).

Dentre as técnicas apresentadas destacamos o papel dos *coaches*, que desenvolvem um serviço que lida com comportamento e atraiu a atenção da mídia em virtude de uma série de controvérsias, incluindo a falta de regulamentação, a estreita associação da atividade com o discurso motivacional e, por vezes, a prática ilegal da psicologia. Autores como Cox, Bachkirova e Clutterbuck (2014), Whitmore (2009) e Reis (2014) desenvolveram estudos elaborando conceitos e o histórico da atividade, aprofundados em pesquisa anterior mais

ampla<sup>5</sup>. Em sequência discursiva extraída de um dos vídeos selecionados para análise desta última pesquisa (Freitas, 2022), o *coach* Paulo Vieira estimula o máximo desempenho dos seus seguidores, mesmo durante o período crítico da crise pandêmica:

Para de se vitimizar, para de se lamentar, para de falar de problemas, para de pensar nas conspirações e age, age cada vez mais certo. Age. E age cada vez na velocidade que você possa levar tudo seu junto, ok? Fique atento, se vitimizar não adianta, ficar parado numa cama, na frente da televisão o dia inteiro não adianta. (Vieira, 2020, on-line).<sup>6</sup>

Além do estímulo à performance em uma conjuntura de crise, Paulo Vieira coloca o espectador como responsável por estar neste estado de letargia, sendo a transferência de toda a responsabilidade para os indivíduos outro ponto central para compreensão da racionalidade neoliberal.

Em outra sequência discursiva selecionada do corpus da pesquisa de Freitas (2022), temos José Roberto Marques aconselhando seus seguidores a darem significado as suas vidas. Segundo o *coach*, é responsabilidade das pessoas a forma como suas vidas são geridas: “Porque a vida, a vida é a *tua* escolha, *tua* percepção, são os significados que você dá para as coisas. [...] leva isso para *tua* vida. Resignifica. Restaura. Dê um novo sentido, um novo significado” (Marques, 2020, on-line, grifos nossos). Quando os *coaches* optam por empregar o tema crise de forma genérica e, por vezes, sem se debruçar sobre o contexto do novo coronavírus, silenciam-se a complexidade e as particularidades desencadeadas por um acontecimento histórico (Freitas, 2023). Contata-se que a gramática do *coaching* em um cenário de crise pandêmica se constitui de estratégias discursivas peculiares, estritamente atreladas aos silenciamentos discursivos (Orlandi, 2020) e aos preceitos da racionalidade neoliberal.

Há um preço a se pagar neste mito da autorrealização (Ehrenberg, 2010): o esgotamento do sujeito. No documentário “Estou me guardando para quando o Carnaval chegar” (Estou, 2019) é possível entender este cansaço entrelaçado à lógica empresarial concebida pelo neoliberalismo. Em Toritama, pequena cidade do interior de Pernambuco conhecida pelo polo têxtil, trabalhadores que confeccionam peças de roupas para todo o país trabalham por horas exaustivas com o objetivo de obter mais dinheiro e se dizem responsáveis pelo próprio horário de produção. Frases como “O trabalho aqui é bom também porque é produção e você ganha o que faz” (Estou, 2019) são comumente proferidas entre os trabalhadores da cidade.

---

<sup>5</sup> Este artigo é uma síntese atualizada de uma dissertação (Freitas, 2022), onde os principais conceitos, assim como as controvérsias, envolvendo o *coaching* são aprofundados.

<sup>6</sup> Todas as transcrições de vídeos presentes neste trabalho foram feitas exatamente como pronunciadas oralmente, incluindo, dessa forma, algumas expressões coloquiais e eventuais erros gramaticais.

Ao final do documentário, os trabalhadores se organizam desesperadamente para ganhar dinheiro e conseguir passar o Carnaval em Recife. Nota-se que esta ansiedade representa um desejo de ter descanso, mesmo que seja preciso sacrificar itens essenciais da vida doméstica, como geladeira e fogão.

De acordo com Safatle, Silva Junior e Dunker (2021), o neoliberalismo é um projeto político que não só produz como gere o sofrimento psíquico. Sofrer não seria um empecilho na produtividade, podendo se extrair desempenho no sofrimento. À primeira vista, esta proposição parece contraditória, já que para se produzir espera-se ao menos disposição e comprometimento. Entretanto, o neoliberalismo como sistema que intervém de forma profunda nas dimensões de produção dos conflitos (Safatle, 2021) consegue extrair desempenho no esgotamento do sujeito, sem este se atentar que está sendo superexplorado:

Encontrar o melhor aproveitamento do sofrimento no trabalho, extraindo o máximo de cansaço com o mínimo de risco jurídico, o máximo de engajamento no projeto com o mínimo de fidelização recíproca da empresa, tornar-se regra espontânea de uma vida na qual cada relação deve apresentar um balanço e uma métrica (Safatle; Silva Junior; Dunker, 2021, p. 10-11).

O ideário de liberdade pregado pelo neoliberalismo conduz os indivíduos a uma corrida desenfreada por mais desempenho, mais produtividade, mais geração de valor para si mesmo. No entanto, esta suposta ausência de repressão social paradoxalmente aprisiona os sujeitos. Como analisa Han (2015), passamos de uma sociedade disciplinar, quando os indivíduos eram conduzidos por meio da coerção e negatividade, para a sociedade do desempenho, em que o excesso de positividade é um instrumento de manipulação e exploração. O imperativo de gerenciar a si mesmo como empresa, assim como a pressão pelo desempenho causa transtornos psíquicos, ou o cansaço do sujeito:

Conforme as ideias de Han, na dominação baseada pelo sujeito do desempenho, a autoridade é trazida para dentro do sujeito, é internalizada. Hoje quem explora a si mesmo acredita na autorrealização, enquanto a exploração do indivíduo é somente a lógica do neoliberalismo, com “incentivos” como “eu posso”, “todo mundo pode é só querer de verdade”, discursos de *coaches*, pressões internas e externas (medo de perder o emprego, de se sentir fracassado), culminando na síndrome de Burnout, no esgotamento físico e mental, entre outros colapsos, e consequente alienação de si mesmo (Calegari; Doti, 2022, p. 483).

Ao refletir sobre o período pandêmico, Han entende que o “vírus do cansaço” apenas acentuou o que ele próprio já havia tratado em postulados anteriores:



De um modo ou de outro, hoje, todos nós nos sentimos muito cansados e extenuados. Trata-se de um cansaço fundamental, que permanentemente e em todas as partes acompanha a nossa vida como se fosse nossa própria sombra. Durante a pandemia, nós nos sentimos inclusive mais esgotados do que de costume. Até mesmo a inatividade forçada pelo confinamento nos cansa. Não é a ociosidade, mas o cansaço que impera em tempos de pandemia (Han in Retamal, 2021, on-line).

Os dados apresentados no início do artigo sobre o aumento do índice de transtornos mentais reforçam a constatação de Han. Os casos de depressão e ansiedade aumentaram, mas seu crescimento antes da pandemia já se mostrava proeminente e preocupante.

Aqui cabe discutir como o depressivo atualmente representa a personificação do fracasso na sociedade neoliberal. De um lado, temos o sujeito do gozo, do desempenho e, do outro, há o sujeito que não tem mais vitalidade para estar em alta performance, como se desistisse da sua empresa de si. Além do sofrimento psíquico, outros aspectos subjetivos voltados à afetividade no contexto neoliberal estão estritamente vinculados ao capitalismo, sendo imprescindível a contextualização do capitalismo afetivo.

### **3 Capitalismo afetivo, autoajuda e o ideário do sucesso**

O capitalismo é um sistema que modela novas formas de gestão econômica, social e política. Em razão do seu impacto no mundo, não há como desconsiderar sua influência na acentuação das desigualdades sociais e nos números exorbitantes de pessoas que são exploradas. Como já tratado, o neoliberalismo, a faceta do capitalismo contemporâneo, atua na direção de condutas e nas profundezas da psique humana, o que torna primordial a contextualização e problematização do capitalismo afetivo. Tomaremos por base o conceito proposto por Illouz (2011), que afirma:

O capitalismo afetivo é uma cultura em que os discursos e práticas afetivos e econômicos moldam uns aos outros, com isso produzindo o que vejo como um movimento largo e abrangente em que o afeto se torna um aspecto essencial do comportamento econômico, e no qual a vida afetiva – especialmente a da classe média segue a lógica das relações econômicas e da troca (Illouz, 2011, p. 12).

Em outras palavras, o capitalismo se apropria dos afetos como estratégia de engajamento para a sua manutenção, ao mesmo tempo que as emoções e subjetividades dos sujeitos são racionalizadas e geridas como ferramentas de uma empresa. O uso da expressão “investir em si mesmo” – para se manter atuante no mercado de trabalho e em alta performance – evidencia esta proposição. Safatle (2021) também se atentou a este aspecto afetivo,

problematizando a influência de uma psicologia moral e gramática das emoções nos aspectos econômicos. À exemplo, utiliza-se o medo como forma estratégica para a exploração de um trabalho compulsivo, como o temor do trabalhador em ser demitido e não conseguir obter o básico para ter uma vida digna.

Não apenas emoções negativas são instrumentalizadas na mobilização e manutenção da engrenagem capitalista. Aspectos positivos, em consonância com preceitos espirituais, são empregados como justificativa moral de comprometimento com os interesses do capitalismo. Trabalhar com amor, ser uma pessoa realizada fazendo o que se ama já fazem parte do imaginário dos trabalhadores atualmente.

Baseados no conceito do espírito do capitalismo de Max Weber (2004), Boltanski e Chiapello (2009) acreditam em uma nova relação moral entre o homem e o seu trabalho, e por “uma vocação, de tal forma que cada um, independentemente de seu interesse e de suas qualidades intrínsecas, pudesse dedicar-se a ele com firmeza e regularidade” (p. 40). A vocação, expressão mais voltada ao discurso religioso cristão, é representada no mundo dos negócios e empreendedorismo pelo termo “propósito”, cuja ideia principal é encontrar um sentido para a própria vida por meio de auxílios e técnicas.

As chamadas *soft skills* são um outro exemplo de como empresas que manejam emoções como amor ao trabalho, busca de propósito e empatia se organizam para a gestão das emoções em favor dos objetivos corporativos. *Soft skills* são as “habilidades leves”, com cunho subjetivo, que envolvem aspectos emotivos e são vistas atualmente como um pré-requisito para obtenção de vagas de emprego, aliadas às *hard skills*, ou habilidades técnicas (Rodrigues, 2021).

Pensando estrategicamente no aprimoramento das habilidades, digamos, mais subjetivas dos funcionários, as corporações inserem técnicas de bem-estar no próprio ambiente de trabalho. O *mindfulness*, prática que une elementos da meditação (Purser, 2019) – oriundas de religiões orientais como Budismo e Hinduísmo – com ciência, é um dos exemplos atuais em evidência. Segundo Cabanas e Illouz (2022), a indústria do *mindfulness* já arrecada mais de um bilhão de dólares por ano, além de ser uma técnica que vem sendo empregada em diferentes instituições, de escolas a até mesmo prisões. Se aproveitando desta popularidade, a empresa Amazon desenvolveu uma espécie de câmara do *mindful* para os funcionários do armazém, com o suposto objetivo de ajudar os colaboradores na melhoria da saúde mental e em seu bem-estar. A empresa, conhecida pelas péssimas condições de trabalho, pouco tempo depois foi criticada nas redes sociais digitais (Amazon, 2021).

O crescimento de novas técnicas associadas ao melhoramento psíquico por métodos cognitivos, como *mindfulness*, está estritamente associado ao discurso de autoajuda. Falar de capitalismo afetivo é interpretar a autoajuda ou a cultura terapêutica (Illouz, 2011) como um mecanismo fundamental na propagação e manutenção da estratégia de produção e condução afetiva. E é em momentos de crise que a literatura de autoajuda obtém maior crescimento (Tucherman; Cavalcanti, 2015). Dos 20 livros mais vendidos no Brasil em 2022, metade se enquadra na categoria de autoajuda (Publishnews, 2022). Vivendo em crise, muitos buscam auxílio neste tipo de literatura para sanar o sofrimento.

Nas palavras de Samuel Smiles, um dos pioneiros do gênero e autor do livro *Self-Help*, “a capacidade de autoajuda [...] era o poder de cada um de alcançar suas realizações por si” (Smiles, 1859 apud Illouz, 2011, p. 60). Esta curta concepção do autor resume bem o gênero: a responsabilidade para a realização de desejos e objetivos é do próprio sujeito. Lembremos que uma das características da racionalidade neoliberal é a transferência da responsabilidade de todos os aspectos da vida aos indivíduos. Logo, podemos dizer que existe uma proximidade entre o discurso da autoajuda e a racionalidade neoliberal, visto que, “numa sociedade em que os indivíduos são conduzidos para se enxergarem como pequenas empresas, cabe aos mesmos buscarem uma ‘autoajuda’ para conseguir se manter sempre gerando valor para si” (Freitas; Paixão, 2022, p. 5).

Um exemplo disso vemos na proposição de Marín-Díaz (2015), ao analisar o entrelaçamento entre os discursos da pedagogia e da autoajuda, quando afirma que ambos auxiliam na condução e produção de indivíduos autogovernados:

A condução, o governo é essa forma de exercício do poder que requer, para seu agenciamento, que os indivíduos se reconheçam a si mesmos como individualidades e reconheçam os outros também como indivíduos com identidades particulares. Desse modo, o exercício do poder tornou-se mais eficiente ao precisar menos de controle, vigilância e regulação externa e ao promover mais autocontrole, autorregulação e autonomia individual. Nesse caminho, as práticas pedagógicas e os discursos de autoajuda transformaram-se em peças-chave para produzir indivíduos autogovernados, tornando mais efetivo (em termo de eficácia e eficiência) o exercício do poder (Marín-Díaz, 2015, p. 222).

Já Ehrenberg (2010), ao abordar o culto da performance na sociedade neoliberal, apropria-se da metáfora esportiva para elucidar a premissa da competitividade. Como o autor sinaliza, o esporte deixou de ser apenas uma prática voltada ao corpo e lazer e passa agora a ser uma espécie de estilo de vida, comportamento social para a produção e condução das práticas de si:

[...] empregado na qualidade de referente, de metáfora ou de princípio de ação em registros cada vez mais vastos de nossa realidade contemporânea, o esporte saiu dos estádios e ginásios; ele abandonou o contexto restrito das práticas e dos espetáculos esportivos: é um sistema de condutas de si que consiste em implicar o indivíduo na formação de sua autonomia e de sua responsabilidade (Ehrenberg, 2010, p. 18).

Na lógica competitiva da racionalidade neoliberal, os sujeitos são divididos em vencedores e perdedores, bem-sucedidos e fracassados e não à toa o discurso da autoajuda atualmente está tão vinculado ao ideário do sucesso. Castellano (2018) em suas pesquisas sobre o discurso de autoajuda discorre sobre os vencedores e fracassados com base na cultura norte-americana, exemplificando seus estudos com os bailes de formaturas do ensino médio nos Estados Unidos e a disseminação desta cultura na mídia e entretenimento. Para a autora, com a influência da mídia e da autoajuda, as designações de sucesso e fracasso ultrapassam a lógica comercial e se inserem em diversos contextos da vida, seguindo a premissa de que alguns serão bem-sucedidos, enquanto outros são excluídos. No ambiente corporativo, este conceito de vencedores e fracassos faz desaparecer a imagem do burguês, surgindo assim a figura do campeão (Ehrenberg, 2010).

Em conteúdo publicado por José Roberto Marques no Instagram, com o título “Os princípios mudam sua vida para melhor”, percebe-se a subjetividade implícita neste conceito de campeão. O *coach* apresenta um vídeo em que o atleta da Nigéria, Simon Cheprot, ajuda seu concorrente queniano Kenneth Kipkemoi em uma corrida: “sem pensar duas vezes, Cheprot esqueceu a competição, parou, levantou Kipkemoi e o levou pela linha de chegada. Mais do que uma medalha de ouro, essa atitude entrega a verdadeira recompensa de um campeão!!!” (Marques, 2021, on-line). Essa concepção heroica na fala do *coach* reitera a concepção do que chamamos de autoajuda empreendedora, em que os sujeitos são convocados não apenas para olhar para si, como também para transformar a si mesmos.

### **3.1 Autoajuda empreendedora, cultura da inspiração e a midiaticização da autoajuda**

É evidente a influência da autoajuda em diferentes contextos sociais e como este tipo de discurso transcende o gênero literário e interfere no cotidiano. Mas é importante entender como sua mecânica está em constante atualização, ao mesmo tempo que estas novas configurações são responsáveis por desencadear outras formas de construção desse tipo de discurso. Examinar a autoajuda em uma sociedade neoliberal é compreendê-la como ferramenta de engajamento e condução de conduta dos sujeitos, que são interpelados, em

uma convocação biopolítica (Foucault, 2008), para construírem e aprimorarem o “empreendimento de si”.

Em relação ao empreendedorismo, é uma visão limitante conceituá-lo apenas pelo cômputo da criação de um CNPJ. O próprio Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, enxerga-o como uma habilidade e não apenas a criação de empresas: “o termo empreendedorismo se refere à habilidade que um empreendedor tem para solucionar problemas, gerar oportunidades, criar soluções e investir na criação de ideias relevantes para seu público e sociedade” (Empreendedorismo, 2021). Vale salientar que essa atividade pode, de fato, ser útil em contextos específicos. A problematização desta pesquisa é baseada na ação de empreender tanto como um mecanismo de gestão de condutas – vide as discussões sobre a racionalidade neoliberal – quanto uma alternativa única e possível para solução de problemas sociais.

À título de exemplo, Drucker (2002) usa o termo sociedade empreendedora para defender a importância da inovação e espírito empreendedor em áreas como a economia, instituições públicas, privadas e educação, entendendo o empreendedorismo como a tábua de salvação de todos os problemas sociais. Tal preceito é condizente com a figura do empreendedor ser alçada a herói dos nossos tempos, sobretudo em tempos de crise e transformação social, como exemplifica Ehrenberg (2010, p. 13): “Quando a salvação coletiva, que é a transformação política da sociedade, está em crise, a verborreia de *challenges*, desafios, performances, de dinamismo e outras atitudes conquistadoras constitui um conjunto de disciplinas de salvação pessoal”.

Ainda segundo este autor, tais expoentes do empreendedorismo, travestidos desta concepção heroica, proferem discursos embebidos de autoajuda para que os próprios espectadores se vejam como heróis de si mesmos. Neste ponto, o conceito de Casaqui (2017) sobre cultura da inspiração nos parece pertinente e adequado para a problematização do que chamamos de autoajuda empreendedora. O termo inspiração por si é bastante abrangente e complexo, associado a áreas como religião, arte e criatividade (Thrash; Elliot, 2003). Contudo, tendo em vista a proposta desta pesquisa voltada à comunicação, tomaremos por base o conceito de inspiração inserido na dinâmica comunicacional contemporânea: “A inspiração é a dimensão comunicacional da cultura empreendedora por representar um processo comunicacional que difunde os preceitos dessa cultura e promove o elo de sujeitos em torno de narrativas, de lugares de compartilhamento, do uso comum da linguagem” (Casaqui, 2021, p. 102).

Como bem aponta Marín-Díaz (2015), tais narrativas de si e os relatos da própria experiência de vida são preceitos que também caracterizam o discurso da autoajuda. A trajetória profissional, acadêmica e qualquer tipo de formação legitimam o que é expresso pelos gurus de autoajuda e empreendedores. Ao abordar o relato da própria experiência como exemplo de superação, a comunicação é capaz de atrair o público por meio de um apelo mais emotivo.

É o caso da *coach* Paula Abreu, criadora do projeto Bruxa empreendedora, discutido em trabalho anterior (Freitas; Paixão, 2022). Em seu site oficial, a *coach* faz questão de ressaltar que aos 38 anos já faturou mais de sete dígitos e é considerada uma das referências de *coaching* e marketing digital no Brasil. Legitima seu discurso apresentando informações que ressaltam a si mesma, destacando prêmios que já ganhou e formações acadêmicas fora do país. Na aba “Conheça Paula” do seu site oficial, após resumir sua trajetória profissional, a *coach*, em tom informal e intimista, inicia o relato de si com “Deixa *eu* te contar um pouco da minha história”. Desde então, resume sua vida após deixar o emprego formal que havia antes de ser *coach*:

Hoje eu pago minhas contas com o dinheiro das minhas ideias. A minha missão é mostrar que o impossível é o novo normal, e dividir com os meus leitores as ferramentas que me permitiram transformar o possível em realidade. Quero mostrar o caminho que escolhi pra mim mesma e que trabalho pode, sim, ser diversão, alegria, e ajuda ao próximo. Para isso, eu fiz mais de 500 horas de treinamento com os mais renomados nomes do desenvolvimento pessoal, coaching, física quântica, espiritualidade e marketing digital no mundo. Muitos deles são meus mentores até hoje. [...] Eu acredito que é assim que nos aperfeiçoamos como seres humanos e, assim como você, eu também estou na minha jornada para viver uma vida com mais significado a cada dia (Abreu, 2020, on-line).

A comunicação de figuras da cultura empreendedora em múltiplos canais de comunicação demonstram que o discurso da autoajuda há tempos não se limita ao gênero literário. Illouz (2011), Casaqui (2017; 2019) e Castellano (2018) examinam a midiaticização deste tipo de discurso em diferentes contextos. Illouz (2011) traz como exemplo os programas de entrevistas televisivas, destacando o “estilo terapêutico de autoaprimoramento” (p. 75) da apresentadora americana Oprah Winfrey. Casaqui (2017), por sua vez, examina a midiaticização da inspiração destacando exemplos das mídias digitais, como as charges do Blog Geração de Valor, criado pelo empresário Flávio Augusto. Segundo o pesquisador, estas charges “constituem uma grande narrativa de sucesso, que atrela a felicidade pessoal e profissional a uma jornada vitoriosa de empreendimento de si mesmo” (Casaqui, 2019, p. 25). Já Castellano (2018) aponta o programa Fantástico, da TV Globo, como exemplo de canal para a proliferação do discurso terapêutico, incluindo os quadros “Medida

certa' e o 'Ideal pra você', para vencer o desafio de falar em público, no 'Olha quem fala', em que 'especialistas' ensinam 'técnicas capazes de fazer a mais tímida das pessoas se sentir segura em frente a uma plateia'" (Castellano, 2018, p. 110).

As redes sociais digitais são um campo fértil para a propagação deste tipo de discurso. A complexa dinâmica das redes modela novos comportamentos sociais e formas de proferir o discurso inspiracional. Neste ambiente multiplataforma, conteúdos embebidos de autoajuda são facilmente compartilhados por meio de publicações com frases de efeito, narrativas de superação, dicas rápidas, incluindo os clássicos "como fazer para", "siga 'x' passos para atingir seus objetivos", "caminhos para encontrar o seu propósito", dentre outros.

Os expoentes da cultura da inspiração, ao atuarem como influenciadores digitais – não necessariamente construindo uma carreira, mas exercendo funções que incluem consistência na produção de conteúdo e construção de estratégias para a visibilidade on-line (Karhawi, 2017) – potencializam seu discurso no âmbito digital. Se aproveitam da proximidade com os usuários para persuadi-los a consumir não apenas seus serviços, mas suas ideias e seu estilo de vida: "É a mercantilização do próprio sujeito que passa a compor sua atividade profissional. Vendem-se não apenas espaços publicitários, mas um estilo de vida" (Karhawi, 2020, p. 209).

Como exemplo, em vídeo publicado no seu perfil do Instagram, a youtuber Jana Viscardi, doutora em Linguística e produtora de conteúdo, desabafou sobre as atitudes de certos seguidores que se sentem como amigos dela. Jana faz questão de reiterar que sua imagem e partes de sua vida são expostas ali para manter um relacionamento com a audiência, o que não implica haver uma iniciativa de construir amizades com todos que a acompanham:

Uma característica que me parece bem importante dessas redes sociais é essa ideia de proximidade. Parece que somos próximos. Atenção e foco no "parece", porque no final das contas nós não somos próximos. Nós não nos conhecemos [...] A minha vida passa a ser um produto, porque você gosta desses elementos da minha vida pessoal [...]. Quando eu viro um produto, você me desumaniza (Viscardi, 2021, on-line).

Em síntese, a intimidade dos influenciadores é transformada em mercadoria para gerar engajamento e atrair a atenção da audiência. O que Karhawi (2020) examina, converge com os postulados de Bauman (2008), quando o autor afirma que as pessoas na sociedade de consumidores são transformadas em mercadorias vendáveis:

"Consumir", portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em "vendabilidade": obter qualidades para as quais já existe uma demanda de mercado, ou reciclar as que já se possui, transformando-as em mercadorias para as quais a demanda pode continuar sendo criada (Bauman, 2008, p. 44).

Para o autor polonês, a sociedade de consumidores supervaloriza a incessante busca pela vida feliz, e tal lógica vemos difundida pela cultura da inspiração, fartamente observada no discurso de influenciadores, celebridades e *coaches*, tal qual demonstram Fernandes, Campos e Fernandes (2023), a partir da correlação de três temáticas que estão em alta nas mídias sociais: “o coaching como fornecedor de soluções; a educação e as novas formas de aprender nesse período de pandemia da Covid-19 e um cenário pós-pandemia voltado ao coaching educacional” (p. 724).

### **3.2 Felicidade neoliberal, psicologia positiva e a positividade tóxica em tempos de crise**

Segundo Marín-Díaz (2015), o discurso da autoajuda é articulado por três eixos: delimitação do eu; transformação do eu e felicidade. Não operam necessariamente de modo linear, mas são eixos fundamentais para a compreensão do discurso da autoajuda como instrumento de produção de indivíduos empreendedores de si. A delimitação do eu tem relação com as narrativas de autoconhecimento e autodesenvolvimento. Frases como “você precisa se conhecer caso queira atingir seus objetivos” traduzem esta noção. O segundo eixo, a transformação do eu, representa a chamada para a ação.

Já a felicidade talvez seja o eixo mais complexo a ser trabalhado e, por isso, o separamos da discussão sobre autoajuda e inspiração. A complexidade está no fato de a “felicidade ser um fenômeno social que intriga as pessoas há milhares de anos. Desde o hedonismo na Grécia Antiga ao Budismo, filosofias e religiões as mais diversas abordam esse tema, que até hoje se mantêm relevante” (Covaleski; Freitas, 2020). Afinal, o que é felicidade? O que é ser uma pessoa feliz?

Em virtude do espaço limitado para a discussão da temática, nos voltaremos à noção de felicidade na sociedade neoliberal. Como já abordado, a transferência de toda a responsabilidade aos indivíduos é um dos pontos cruciais da racionalidade neoliberal. Ao responsabilizar apenas os indivíduos pela sua própria felicidade, ignoram-se conjunturas sociais críticas como o crescimento de pessoas em situação de insegurança alimentar, a volta do Brasil ao mapa da fome, aumento da inflação, dentre outros exemplos. Ademais, toda a carga da responsabilidade de ser feliz nos indivíduos é agravada quando esse estímulo não se limita a apenas atingir a felicidade. O que persiste atualmente é o seu imperativo, que “não apenas transcende hoje a exigência da dita lei moral, como também que esta passa a ser



subsumida ao mandato incontornável de que o sujeito deve ser feliz, acima de tudo” (Birman, 2010, p. 27).

Esse mandativo é o princípio que constitui a psicologia positiva, que se apresenta como a “ciência da felicidade”. Os seus pesquisadores reiteram que são capazes de desenvolver métodos científicos que ajudam as pessoas a serem felizes. O conceito de felicidade para os seus criadores não é tão claro, como afirma Freire Filho:

Mas, afinal, o que a psicologia positiva entende, precisamente, por felicidade? Seus proponentes raramente perdem tempo se embrenhando em conjecturas acerca do significado exato do termo, como fizeram, outrora, pensadores mais ociosos. Contentam-se em manusear a felicidade, conceitualmente, como um termo guarda-chuva, capaz de abrigar uma variedade de emoções positivas (desde estados de baixa intensidade de contentamento, deleite, serenidade e divertimento até estados elevados de júbilo, regozijo, entusiasmo e euforia), acompanhadas por uma sensação de que a vida é boa, significativa, valiosa (Freire Filho, 2010, p. 58).

Martin Seligman, um dos criadores da psicologia positiva, não estabelece um conceito sólido e claro, mas a divide em três eixos: emoções positivas, fluidez da eudaimonia<sup>7</sup> e busca de significado. Nas palavras de Seligman (2008), a felicidade estaria na soma desses três princípios. O pesquisador pouco menciona aspectos sociais como fatores que interferem na concepção de felicidade. É perceptível, assim, a vinculação da psicologia positiva com os princípios neoliberais, em que a busca da felicidade é ancorada no individualismo, como bem afirmam Cabanas e Illouz (2022, p. 66): “Os psicólogos positivos supõem, e muitas vezes são contundentes ao afirmar que, assim como a felicidade é uma meta natural a ser seguida por todos, também o individualismo e a busca autônoma e independente de objetivos são as formas mais naturais de viver uma vida feliz”.

Examinando as proposições desse ramo da psicologia – incluindo a ancoragem em um discurso científico e supostamente neutro como ferramenta para atingir a felicidade e o bem-estar – fica evidente a sua aproximação com o *coaching*. Diversos *coaches* inserem em sua produção de conteúdo digital abordagens sobre a psicologia positiva, a exemplo de Paulo Vieira<sup>8</sup> e José Roberto Marques<sup>9</sup>.

Esse imperativo da felicidade está gerando na mídia debates sobre a positividade tóxica, uma atitude de positividade que os indivíduos devem ter sempre, mesmo em situações ruins. Surge quando se invalida as emoções e quando sua repressão gera efeitos opostos à

<sup>7</sup> Para Seligman, fluidez da eudaimonia seria como um estado de completa imersão em uma determinada atividade, que faz com que a pessoa nem perceba o tempo passar ao estar em um momento tão absorto.

<sup>8</sup> O que é Psicologia Positiva? Disponível em: <https://bit.ly/pvpsicopositiva>. Acesso em: 27 jun. 2022.

<sup>9</sup> Psicologia positiva nas corporações. Disponível em: <https://bit.ly/psicopositivajrm>. Acesso em: 27 jun. 2022.

positividade, incluindo sintomas depressivos (Labranche, 2021). No início do período pandêmico, em março de 2020, um caso suscitou discussões nas mídias sociais. A influenciadora digital Gabriela Pugliesi publicou em seu perfil no Instagram uma imagem de si mesma acompanhada de um agradecimento ao coronavírus. Complementou sua reflexão com a seguinte legenda:

Algo invisível chegou e colocou tudo no lugar. De repente os combustíveis baixaram, a poluição baixou, as pessoas passaram a ter tempo, tanto tempo, que nem sabem o que fazer com ele. Os pais estão com os filhos, em família. O trabalho deixou de ser prioritário, as viagens e o lazer também. De repente silenciosamente, voltamo-nos para dentro de nós, para entendermos o valor da palavra solidariedade (Pugliesi, 2020, online).

Pouco tempo depois, Gabriela excluiu a postagem em virtude da massiva crítica que recebeu por parte dos usuários, que dentre tantas queixas exigiam das marcas patrocinadoras o fim dos contratos publicitários com a influenciadora. Quando Pugliesi pede para que nos voltemos “para dentro de nós”, em clara consonância com os princípios neoliberais, e visualizemos os aspectos positivos da pandemia, são escanteadas questões sociais que já existiam antes da Covid-19 e estavam se agravando no início da disseminação do vírus. O mascaramento ou minimização das consequências de problemas sociais no discurso da positividade é outra característica presente nos postulados da psicologia positiva, como apontam Cabanas e Illouz (2022).

Os mesmos autores também discutem sobre o estímulo à positividade no ambiente corporativo. Conselheiros, consultores, gurus de autoajuda e *coaches* são lembrados como exemplos de profissionais “diretores da felicidade”, que atuam até mesmo em grandes organizações como Google, Lego e Ikea. Illouz (2011) já discutiu em trabalhos anteriores a influência do discurso psicológico e gestão das emoções nas organizações. Em estudo mais recente, Illouz e Cabanas (2022) examinam como a felicidade na psicologia positiva não é apenas a consequência de uma vida bem-sucedida, mas um comportamento basilar para aumentar a produtividade no trabalho e minar estressores que interferem nos interesses dos donos e gestores das organizações. Como pontuam Paschoal e Tamayo (2004), os fatores estressores do trabalho são aqueles percebidos como excessivos à capacidade de enfrentamento do indivíduo e suas respostas, em geral, envolvem reações fisiológicas, psicológicas e comportamentais.

É recorrente também o planejamento de estratégias publicitárias nos domínios corporativos para o estímulo de motivação e positividade nas empresas. Mozdzenski e Covaleski (2020), ao analisarem estratégias de endomarketing, identificaram mecanismos de

manipulação dos trabalhadores por meio de um apelo emotivo, visando aumentar a produtividade e encobrir problemas voltados às pautas trabalhistas:

A virada afetiva no domínio discursivo organizacional opera com o propósito de produzir subjetividades assujeitadas e corpos dóceis, controlando e delimitando as possibilidades do sentir e do agir, mas fazendo com que o sujeito acredite participar ativamente do processo decisório. No campo publicitário, isso se manifesta pela incessante procura das empresas pela mensuração da resposta emocional do consumidor, tentando compreender como direcionar comportamentos, crenças e desejos para fazê-lo se aproximar afetivamente das marcas (Mozdzinski; Covaleski, 2020, p. 516).

Estudiosos da sociedade de consumo como Baudrillard (1995) e Bauman (2008) já apontavam a felicidade como um elemento-chave no capitalismo neoliberal. Para o primeiro, ela é o “equivalente autêntico da *salvação*” (Baudrillard, 1995, p. 47, grifo do autor), enquanto para o segundo, é o valor supremo da sociedade de consumidores (Bauman, 2008). A noção de felicidade, desta forma, torna-se mais uma estratégia para transformar as pessoas em mercadorias. Em meio às contradições entre os conceitos de felicidade e capitalismo neoliberal, talvez a mais contundente delas seja a concepção da busca desenfreada pela felicidade fomentar ainda mais o cansaço e a autocobrança em sermos sempre felizes.

#### 4 Considerações finais

Ao propormos uma reflexão que correlacionasse a racionalidade neoliberal à autoajuda empreendedora, transitamos por algumas das forças-motrizes da sociedade contemporânea, como o capitalismo afetivo, a cultura da inspiração e o imperativo da felicidade, cujos protagonismos se acentuaram nos contextos pandêmico e pós-pandêmico. Por que o discurso da autoajuda é tão influente na sociedade até hoje? Embora pudéssemos nos deter nos intrigantes e crescentes números do gênero literário da autoajuda, direcionamos atenção sobre como tal discurso se disseminou rapidamente nos sites de redes sociais. Direcionamos os esforços da pesquisa ao discurso da autoajuda no digital, que por ser um ambiente complexo, dinâmico e que já vem obtendo destaque nas mídias com as famosas “frases de efeito”. É válido reforçar também o desafio de analisar um discurso na volatilidade das redes.

A escolha de nos debruçarmos sobre o *coaching* ocorreu após a constatação da escassez de estudos na área de comunicação sobre estes profissionais – muito deles associados a controvérsias e à espetacularização da cultura prescritiva que os alçaram a fenômenos midiáticos. Notamos que esses profissionais seguem a lógica neoliberal de convocar seus

seguidores à transformação e ao gerenciamento de si mesmos, transferindo a responsabilidade de todas as ações – incluindo até mesmo as políticas e sociais – para os próprios indivíduos, sem considerar as diferenças sociais e a notória desigualdade social do país. Estimularam ainda mais produtividade em um momento em que especialistas mal sabiam as possíveis consequências, incluindo as mutações do vírus. Cabe destacarmos também como os *coaches*, por oferecerem serviços voltados à área de comportamento, performam e assimilam a inspiração em boa parte da sua comunicação on-line.

A partir de março de 2020, com o vírus se espalhando rapidamente no país e gerando o fechamento de estabelecimentos e início da quarentena, diversos *coaches* começaram a desenvolver publicações inspiracionais com vistas a proporem soluções sobre como lidar com os desafios desse período. À exemplo, José Roberto Marques, ainda em junho de 2020, realizou uma live no Instagram intitulada “Os Sentidos da Vida Pós Pandemia!” (Marques, 2020, on-line), quando a situação ainda era incerta quanto a um possível mundo pós-pandêmico, o que evidencia a invisibilização de um contexto extremamente complexo e inédito.

Quando os *coaches* se embasam na lógica da autoajuda empreendedora, a autoajuda para a produção e gerenciamento de empreendedores de si (Marín-Díaz, 2015), a perspectiva do coletivo é silenciada em detrimento da abundante perspectiva individual como premissa para a resolução dos problemas. Silenciam-se os discursos políticos e sociais no discurso inspiracional e em contrapartida o discurso empreendedor é enaltecido como a tábua de salvação. Logo, concluímos que a despolitização na autoajuda empreendedora representa mais um tipo de silenciamento. Orlandi (2020) nos lembra que o silêncio significa e os vários não-ditos no discurso dos *coaches* evidenciam as consequências da abundante positividade neste cenário crítico.

Percebemos, portanto, que o excesso de positividade – ou a positividade tóxica – é o reflexo de uma série de silenciamentos. É como se a negatividade fosse colocada debaixo do tapete para instrumentalizar o discurso positivo como ferramenta de engajamento e consumo, discurso este que pode ser ainda mais danoso em um cenário onde milhões de pessoas precisaram vivenciar o luto.

## Referências

- ABREU, P. **Conheça Paula**. Disponível em: <https://escolhasuavida.com.br/elementor-8394/>. Acesso em: 01 abr. 2022.
- ABÍLIO, L. C.; AMORIM, H.; GROHMANN, R. Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. **Sociologias** (UFRGS), v. 23, p. 26-56. mai/ago. 2021.
- AMAZON offers 'wellness chamber' for stressed staff. **BBC News**, 28 mai. 2021. Tech. Disponível em: <https://bbc.in/3QkgBx2>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- ANDRADE, D. P. O que é o neoliberalismo? A renovação do debate nas ciências sociais. **Revista Sociedade e Estado**, v. 34, n. 1, p. 211-239. jan./abr. 2019. Acesso em: 27 mai. 2022.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BIRMAN, J. Muitas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade. In: FREIRE FILHO, J. (org.). **Ser feliz hoje**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BROWN, W. **Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão da política antidemocrática no ocidente**. São Paulo: Editora Filosófica Politeia, 2019.
- CABANAS, E; ILLOUZ, E. **Happycracia – Fabricando cidadãos felizes**. São Paulo: Ubu editora. 2022.
- CALEGARI, A. E. S.; DOTI, M. M. A Sociedade do Cansaço no contexto brasileiro pós pandemia. **Revista Interface Tecnológica**, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 476-488, 2022. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1530>. Acesso em: 24 set. 2023.
- CASAQUI, V. Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora. **E-Compós**, v. 20, n. 2, p. 1-18, mai./ago., 2017.
- CASAQUI, V. Empreendedorismo, inspiração e reinvenção: narrativas para sair da pandemia. In: SAMPAIO, A.; SILVA, D. R.; PORÉM, M. E. (org.). **Comunicação, Inovação e Organizações**. Salvador / São Paulo: EDUFBA / ABRAPCORP, 2021, p. 97-114.
- CASAQUI, V. O papel da narrativa no projeto da sociedade empreendedora e na cultura da inspiração. **E-Compós**, v. 23, p. 1-28, abr./out., 2019.
- CASTELLANO, M. **Vencedores e fracassados: o imperativo do sucesso na cultura da autoajuda**. Curitiba: Appris, 2018.
- COX, E.; BACHKIROVA, T.; CLUTTERBUCK, D. **The complete handbook of coaching**. London: Sage, 2014.

COVALESKI, R.; FREITAS, F. “É Possível Ser Feliz Mesmo em Momentos de Crise?": uma análise da narrativa motivacional de *coaches* no Instagram. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020, Salvador. **Anais [...]** São Paulo: Intercom, 2020.

DARDOT, P; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. São Paulo: Ideias & Letras, 2010.

**ESTOU me guardando para quando o carnaval chegar**. Direção de Marcelo Gomes. Toritama: Carnaval Filmes, 2019. Netflix (126 min).

FERNANDES, I. R. R.; CAMPOS, M. C. S.; FERNANDES, L. R. Oportunidades e desafios do coaching no pós-pandemia da Covid-19: ferramentas tecnológicas educacionais voltadas ao coaching educacional. **Revista Gênero e Interdisciplinaridade**, [S. l.], v. 4, n. 04, p. 712–728, 2023. Disponível em: <https://periodicojs.com.br/index.php/gei/article/view/1556>. Acesso em: 24 sep. 2023.

FOUCAULT, M. **O nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FREITAS, F. **É Possível ser feliz mesmo em momentos de crise?** Inspiração e autoajuda empreendedora dos *coaches* na pandemia da Covid-19. Orientador: Dr. Rogério Covaleski. 2022. 127 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/48586/>. Acesso em: 20 mai. 2024.

FREITAS, F. Inspiração e Autoajuda Empreendedora dos *Coaches* na Pandemia da Covid-19: uma análise discursiva do Instagram de Paulo Vieira e José Roberto Marques. In: COMUNICON – CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2023, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: ESPM, 2023.

FREITAS, F; PAIXÃO, D. Empreendedorismo Feminino, Inspiração e Autoajuda: Uma Análise Discursiva do Projeto Bruxa Empreendedora. In: CONGRESSO ABRAPCORP, 16. 2022, Maceió. **Anais [...]** Maceió: Abrapcorp, 2022.

GEM. **Global Report**: 2020-2021. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>. Acesso em: 06 mai. 2022.

HAN, B. C. **Sociedade do Cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

ILLOUZ, E. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

KARHAWI, I. **De blogueira a influenciadora**: etapas da profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Porto Alegre: Sulina, 2020.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**, v. 17, p. 46-61, 2017.

LABRANCHE, A. Positivité toxique: voici pourquoi il est important de vivre ses émotions négatives. **The conversation**, 5 ago. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/positivetoxique>. Acesso em: 28 jun. 2022.

MARÍN-DIAZ, D. L. **Autoajuda, educação e práticas de si**: genealogia de uma antropotécnica. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

MARQUES, J. R. **Os princípios mudam sua vida para melhor**. São Paulo, 8 fev. 2021. Instagram: @joserobertomarques. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CLCDLRIBK2f/>. Acesso em: 26 jun. 2021.

MARQUES, J. **Os sentidos da vida pós pandemia**. São Paulo, 15 jun. 2020. Instagram: @joserobertomarques. Disponível em: <https://bit.ly/napospandemia>. Acesso em: 07 out. 2023.

MARQUES, J. **Querida pessoa, você acredita que é possível enxergar o mundo de modo positivo mesmo diante às crises?** São Paulo, 10 ago. 2021. Instagram: @joserobertomarques. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CDuJQCdBqYS/>. Acesso em: 27 jan. 2022.

MERCIER, M. Casos de estresse, ansiedade e depressão disparam em meio à pandemia. **Estado de Minas**, 13 mai. 2020. Saúde. Disponível em: <https://bit.ly/casosdeestresse>. Acesso em: 06 mai. 2022.

MOZDZENSKI, L.; COVALESKI, R. Vem Ser Feliz: Estratégias de controle e manipulação discursiva das emoções nos domínios publicitário e corporativo. **Comunicação Mídia e Consumo**. v. 17, n. 50, p. 490-520. set/dez. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/revistacmcserfeliz>. Acesso em: 28 jun. 2022.

NOVA onda da pandemia acende alerta para cuidados com a saúde mental. **R7**, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/pandemiaalertasaudemental>. Acesso em: 6 mai. 2022.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes Editores, 2020.

OXFAM. **Um novo bilionário surgiu a cada 26 horas durante a pandemia**. Disponível em: <https://bit.ly/umnovobilionario>. Acesso em: 6 mai. 2022.

PANDEMIA de Covid-19 desencadeia aumento de 25% na prevalência de ansiedade e depressão em todo o mundo. **OPAS**, 2 mar. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/aumentoansiedade>. Acesso em: 6 mai. 2022.

PASCHOAL, T.; TAMAYO, A. Validação da escala de estresse no trabalho. **Estudos de Psicologia**, v. 9, n. 1, p. 45-52, 2004.

PORTES, L. P. **O Neoliberalismo e a precarização das relações trabalhistas**: uma análise crítica da nova realidade econômica e digital no contexto pós-pandemia. 2023. TCC (Graduação) – Curso de Direito da Faculdade Doctum, de Juiz de Fora, 2023. Disponível em: <https://bit.ly/neoliberalismoetrabalho>. Acesso em: 22 set. 2023.

PUBLISHNEWS. **Lista de Mais Vendidos Geral de 2022**. Disponível em: <https://mobile.publishnews.com.br/ranking/anual/0/2022/0/0>. Acesso em: 22 set. 2023.

PUGLIESI, G. **Gabriela Pugliesi é criticada por post romântico sobre coronavírus.**

Disponível em: <https://bit.ly/pugliesicriticada>. Acesso em: 28 jun. 2022.

PURSER, R. **McMindfulness: How Mindfulness Became the New Capitalist Spirituality.**

Londres: Repeater, 2019.

REIS, F. P. Uma história do Coaching. **Revista Científica Brasileira do Coaching**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 23-30. 2014.

RETAMAL, P. Cansaço, depressão, videonarcisismo: os efeitos da pandemia segundo Byung-Chul Han. **Instituto Humanitas Unisinos**. 25 mar. 2021. Disponível em:

<https://bit.ly/unisinoshan>. Acesso em: 8 jun. 2022.

RODRIGUES, E. G. B; SILVA, A. B; FREITAS, F. C. “Pare de sofrer!”: os discursos da Igreja Universal sobre depressão na pandemia da covid-19. **Galáxia**, v. 47, n. 47, p. 1- 22. mai. 2022.

RODRIGUES, J. Soft SKILLS: entenda por que é importante desenvolver essas habilidades e como colocá-las em prática. **Resultados digitais**. 9 mar. 2021. Disponível em:

<https://bit.ly/softskillsresultados>. Acesso em: 13 jun. 2022.

ROY, R. K; STEGER, M. B. **Neoliberalism: A Very Short Introduction**. New York: Oxford University Press, 2010.

SAFATLE, V. A economia é a continuação da psicologia por outros meios: sofrimento psíquico e o neoliberalismo como economia moral. In: SAFATLE, V.; SILVA JUNIOR, N.; DUNKER, C. (org.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021, p. 17-46.

SAFATLE, V.; SILVA JUNIOR, N.; DUNKER, C. (org.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

SELIGMAN, M. **Psicologia Positiva**. Disponível em: <https://bit.ly/psicopositivamartin>. Acesso em: 27 jun. 2022.

THRASH, Todd M.; ELLIOT, Andrew J. Inspiration as a psychological construct. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 84, n. 4, p. 871-889, 2003.

TUCHERMAN, I.; CAVALCANTI, C. Subjetividade contemporânea em uma sociedade biotecnológica de mercado. **Ciberlegenda** (UFF), v. 32, p. 95-108, 2015.

VIEIRA, P. **Tem poder quem age**. São Paulo, 12 abr. 2020. Instagram: @paulovcoach.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B-4-2PNBYaO/>. Acesso em: 7 jun. 2022.

VISCARDI, J. **Nós não somos amigas**. OU somos todos produtos? Instagram: @janaisa.

Disponível em: [https://www.instagram.com/tv/CQuX\\_qwAGTA/](https://www.instagram.com/tv/CQuX_qwAGTA/). Acesso em: 26 jun. 2022.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Cia das Letras, 2004.

WHITMORE, J. **Coaching for performance: Growing People, Performance and Purpose**.

London: Nicholas Brealey, 2009.



DATA DE ENVIO: 8 de outubro de 2023 | DATA DE APROVAÇÃO: 7 de novembro de 2023