

**AS CONTRADIÇÕES DA NARRATIVA NEOLIBERAL:
UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO
EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DA
PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO**

Karlili Trindade
Mestranda do curso de
Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades
Universidade Federal do Espírito Santos - UFES
E-mail: karlilitrindade@gmail.com

Orientador: Prof^a Rafael Bellan Rodrigues de Souza
Universidade Federal do Espírito Santo – UFES
E-mail: bellanrafael@gmail.com

RESUMO

O empreendedorismo ganha fôlego no Brasil em meio a uma crise econômica, política e social, recentemente também uma crise sanitária e uma agenda neoliberal que implementou uma série de medidas de austeridades que ampliaram o desemprego, o trabalho informal e a redução dos direitos. Nesse mesmo contexto, o discurso do empreendedorismo é impulsionado nas redes digitais, principalmente no Instagram, uma rede visual e território de fabricação de sentido que produz imaginários de perfeição. Um levantamento das publicações do Instagram na #empreendedorismo desde 2019, e na #brequedosapps durante as greves dos entregadores de aplicativos nos dias 1º e 25 de julho foi possível identificar as contradições entre o discurso do empreendedorismo e a realidade dos trabalhadores que são considerados empreendedores. Após a análise, chegou-se à conclusão de que o cotidiano narrado nas redes digitais propaga e facilita a assimilação dos elementos do discurso, fabricando um imaginário neoliberal. E que mesmo que existam publicações que confrontem esses elementos, não possuem o mesmo alcance, por esse motivo, o neoliberalismo tem predominância na fabricação de sentidos em uma sociedade que vivencia seu cotidiano nas redes digitais.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Plataformização do trabalho. Discurso. Internet.

INTRODUÇÃO

“Greve? Desde quando empreendedor faz greve? Desde que vocês inventaram que trabalho precarizado é empreendedorismo”. Esse é um diálogo de uma postagem no Instagram publicada no dia da greve nacional dos trabalhadores de plataformas de entrega.

No dia 1º de julho de 2020 aconteceu a primeira greve nacional dos entregadores de aplicativo.¹ A mobilização para a greve começou na cidade de São Paulo, considerada a maior

¹ Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/06/29/brequedosapps-promove-mobilizacao-e-pede-apoio-a-greve-dos-entregadores.htm> . Acessado em 20 de julho de 2020.

metrópole do país em 2018.² Conhecida também por abrigar a sede das plataformas de entrega e um grande quantitativo de motoboys que atua em várias frentes.

A reivindicação é por melhores condições de trabalho que incluem: segurança, alimentação durante a jornada de trabalho, taxas justas, licença remunerada em caso de acidentes, além do fim do sistema de pontuação e de bloqueios indevidos. Já o movimento dos Entregadores Antifascistas, um grupo específico dentro da mobilização da greve, reivindica o reconhecimento como categoria de trabalho e todos os direitos trabalhistas.³

A greve ganha impulso em meio à pandemia do coronavírus que expõe um modelo de trabalho chamado de “uberização” que descaracteriza as relações de trabalho e fragiliza a atuação do trabalhador. O termo nasce com a empresa Uber, umas das maiores nesse segmento. O conceito se refere a uma reorganização do universo do trabalho com novas formas de controle e gerenciamento (ABILIO, 2019).

Essa lógica de mercado provoca uma ruptura em modelos tradicionais pois permite que uma multidão de trabalhadores autogerenciada, no mundo todo, esteja subordinada a uma única empresa em um trabalho que não configura vínculo. O trabalhador não é contratado, mas se associa ao trabalho por adesão às plataformas, como explica Abílio (2019).

Empresas como a Uber, Uber Eats, Ifood e Rappi quando surgem como *startups*, e atingem valor de mercado de US\$ 1 bilhão, são consideradas “Unicórnios”. Uma referência mitológica a um animal raro, um feito quase inatingível pela grande maioria. Por esse motivo são financiadas por grandes corporações e empresários, quando se transformam em unicórnios, podem ser vendidas.

As chamadas *startups* são potenciais unicórnios do futuro. São empresas em fase inicial, de base tecnológica, inovadoras e com projeção de atuação global.⁴ Jovens de todo o mundo se lançam em uma corrida para encontrar o próximo unicórnio estimulados por eventos, ações, políticas públicas, projetos políticos, medidas econômicas e mensagens nos diversos meios de comunicação.

E com isso, o empreendedorismo ganha fôlego em um país que elegeu um governo de extrema-direita em 2018, com uma agenda econômica neoliberal assentada em medidas de austeridade como a ampliação do trabalho terceirizado, a redução de investimentos em

² Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2020/06/25/sao-paulo-continua-sendo-a-maior-metropole-do-pais-mostra-ibge.ghtml>. Acessado em 20 de julho de 2020.

³ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/07/entregadores-de-apps-adotam-bandeira-antifascista-e-pedem-direitos-trabalhistas.shtml>. Acessado em 20 de julho de 2020.

⁴ Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup.6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em 04 de agosto de 2020.

serviços públicos como saúde e educação, a subtração de direitos trabalhistas e previdenciários, o sucateamento e a privatização de empresas públicas e com 12,7 milhões de desempregados⁵. Está em uma crise sanitária, a pandemia do coronavírus, uma crise econômica e política como reflexo de um golpe de Estado em 2016 e uma crise econômica global em 2008.

Estima-se que o país, em 2020, deve atingir um número histórico de novos empreendedores, chegando a 25% da população adulta. De acordo com a mesma pesquisa, GEM (Global Entrepreneurship Monitor), quase 90% dos empreendedores no Brasil concordam que o motivo que os levam a empreender é a escassez de trabalho. E ter o próprio negócio é apontado como um sonho por 37% dos entrevistados.⁶

A conquista de um sonho, a mitologia do unicórnio e outras referências ao empreendedorismo são elementos recorrentes em publicações nas redes digitais como o Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter. O Instagram tem a particularidade de construir imaginários de perfeição por ser muito visual, um grande território de produção de sentido.

Diante do cenário apresentado, o objetivo do estudo é a análise do discurso do empreendedorismo no contexto do trabalho nas plataformas de entrega que empregam milhares de trabalhadores pelo mundo, analisando publicações no Instagram.

O tema surge a partir da vivência da autora em ambientes de estímulo à prática do empreendedorismo, onde discurso e práticas se repetiam e na construção do projeto de pesquisa. E como as relações de poder ficam evidentes nesta análise, como será demonstrado a seguir, o estudo se ancora na linha de pesquisa “Comunicação e poder”.

O NEOLIBERALISMO E O DISCURSO DO EMPREENDEDORISMO

“O neoliberalismo pode ser definido como o conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência”. (DARDOT E LAVAL, pg. 172016). Duas análises sobre o neoliberalismo são importantes: o neoliberalismo enquanto narrativa e o discurso como estruturante de uma nova configuração social.

⁵ Disponível em: [https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2020/06/30/desemprego-no-brasil-vai-a-129-e- apenas-metade-em-idade-de-trabalhar-estava-ocupada-no-tri-ate-maio.htm#:~:text=A%20pesquisa%20pnad%20cont%C3%ADnua%20mostrou,Geografia%20e%20estat%C3%ADstica%20\(IBGE\),&text=De%20acordo%20com%20o%20IBGE,in%C3%ADcio%20da%20pesquisa%20em%202012](https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2020/06/30/desemprego-no-brasil-vai-a-129-e- apenas-metade-em-idade-de-trabalhar-estava-ocupada-no-tri-ate-maio.htm#:~:text=A%20pesquisa%20pnad%20cont%C3%ADnua%20mostrou,Geografia%20e%20estat%C3%ADstica%20(IBGE),&text=De%20acordo%20com%20o%20IBGE,in%C3%ADcio%20da%20pesquisa%20em%202012). Acessado em 04 de agosto de 2020.

⁶ Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2020/06/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empendedorismo-em-2020.html>. Acessado em 04 de agosto de 2020.

De acordo com os autores de A Nova Razão do Mundo, a nova configuração social é pautada em uma competição generalizada. “Há quase um terço de século, essa norma de vida rege as políticas públicas, comanda as relações econômicas mundiais, transforma a sociedade, remodela a subjetividade”.⁷

O discurso como território onde emergem as significações, no qual o sentido é produzido, possui elementos estabelecidos como regra em uma sociedade capitalista. Eagleton (2019), em referência a Pêcheux, fala sobre o esquecimento, dentro de um contexto ideológico, que leva o falante a reconhecer-se de maneira equivocada como autor de seu próprio discurso, se identificando com o conjunto de regras que o domina.

As referências ao unicórnio e ao mito da garagem que retrata o jovem que tem uma ideia brilhante e desenvolve uma empresa em sua garagem, sem estrutura ou grande recurso e se torna um milionário são exemplos da apropriação do discurso dominante.

Na reportagem do El País intitulada “A verdade oculta das “empresas de garagem” do Vale do Silício” revela que muitas empresas que relatam o seu surgimento na garagem, na verdade não surgiram. A garagem é um “estado mental” que rejeita um modelo tradicional.⁸

Se apropriando desses elementos, as plataformas de entrega criaram um modelo de negócio baseado no discurso do empreendedorismo como um futuro inexorável. E isso acontece em outras empresas, a busca é pelo perfil “empreendedor” até mesmo em vagas de emprego.

Há uma contradição entre o discurso do empreendedorismo e a realidade dos entregadores que acaba sendo invisibilizada no dia a dia. Mas quando se coloca luz sobre os dados e, principalmente, sobre os discursos das redes digitais, fica evidente.

O DISCURSO NO TERRITÓRIO DIGITAL

Em 2019, o Brasil tinha 134 milhões de usuários de internet, 74% da população com idade a partir de 10 anos e 71% dos domicílios.⁹ Os *smartphones* são responsáveis pela popularização da internet, quase 99% das pessoas utilizam para se conectar à rede.¹⁰ E as

⁷ DARDOT E LAVAL, pg 16, 2016

⁸ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/11/24/tecnologia/1416831260_738423.html Acessado em 09 de setembro de 2018

⁹ Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2020/05/26/acesso-a-internet-cresce-no-brasil-mas-28percent-dos-domicilios-nao-estao-conectados.ghtml> . Acessado em 08 de agosto de 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acessado em 08 de agosto de 2020.

redes sociais estão entre os principais acessos. O Facebook ainda é a mais usada e o Instagram é a maior com foco em conteúdo visual, sendo atrativo para pessoas e empresas.¹¹

Os novos modelos de negócios são impulsionados pela internet devido à capacidade que a tecnologia tem de romper com limites geográficos e permitir uma rentabilidade com custo de manutenção inferior a um negócio que depende de uma atuação presencial.

E em todo o território digital como sites, revistas, jornais, publicidades, podcasts, redes sociais e tantas outras plataformas digitais o discurso do empreendedorismo é propagado. Diariamente é reforçado pelos meios tradicionais de comunicação também. E apesar da internet não ser acessível a toda a população, ela tem papel fundamental na naturalização do discurso.

O Instagram atua na construção do território imaginário, na fabricação de sentidos e entendimentos¹² e se transforma em um terreno fértil para narrativa neoliberal. Entre publicações de animais de estimação, fotos de viagens, família e lazer, a plataforma cumpre papel na propagação e assimilação do discurso.

As publicações no Instagram, que também é uma empresa-plataforma, são ranqueadas a partir dos algoritmos e podem ser encontradas por meio das *hashtags* que as agrupam entre “relevantes” ou “principais publicações” e “recentes”. A temporalidade, engajamento e relacionamento são responsáveis pelo ranqueamento¹³. Mas há uma controvérsia sobre a clareza da funcionalidade desse do recurso.

Uma busca rápida pela *#empreendedorismo* e é possível encontrar publicações que contém uma série de elementos do discurso empreendedor. Já a *#brequedosapps* aglutina uma grande quantidade de postagens em defesa da greve dos entregadores e o confronto ao discurso do empreendedorismo.



¹¹ Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/#principais> .Acessado em 08 de agosto de 2020.

¹² SAQUET, 2015

¹³ Disponível em: <https://sendpulse.com/br/blog/algoritmo-do-instagram> . Acessado em 05 de agosto de 2020

Figura 1 – Postagem #empreendedorismo

Figura 2 – Postagem #BrequeDosApps

O Instagram é uma empresa-plataforma que ranqueia milhões de mensagens que propagam o neoliberalismo por meio dos seus discursos e práticas. Mas é também neste mesmo território que o discurso do empreendedorismo é confrontado e revela as contradições da narrativa neoliberal.

MÉTODO

Para o desenvolvimento do estudo apresentando neste artigo foi realizada uma pesquisa empírica no Instagram, uma busca manual por publicações que aparecem na #empreendedorismo, recorrente desde julho 2019 e na #brequedosapps nos dias 01 e 25 de julho, dias da primeira e segunda greve dos entregadores de aplicativos.

Neste momento inicial da pesquisa não foi necessário definir uma amostragem, pois o interesse residia no entendimento do universo, mas no futuro pretende-se analisar a frequência com que as publicações são feitas, os perfis que possuem mais seguidores, as publicações com maior engajamento e a partir desses dados determinar uma amostra.

Para sustentar o entendimento do contexto em que o discurso do empreendedorismo se insere e as análises, a pesquisa bibliográfica se baseou em publicações e estudos sobre neoliberalismo, plataformização do trabalho, ideologia, hegemonia e a análise de discurso, tendo o marco teórico o livro “A nova razão do mundo”.

RESULTADOS

O discurso do empreendedorismo é recorrente no Instagram e acompanhar a *hashtag* possibilitou entender sua constituição e modo de operação para produção de sentido. Autogerenciamento, meritocracia, a felicidade, o sucesso, a competição, a realização pessoal, o sonho, Deus como garantidor do sucesso, o sofrimento para alcançar o sucesso e a possibilidade de qualquer pessoa se tornar milionária são os elementos que mais se repetem.

Perfis pessoais, perfis especializados em mensagens e de empresas são responsáveis pelo grande fluxo de publicações que chega a 13 milhões ranqueadas como principais e centenas ou até mesmo milhares todos os dias. Perfis que publicam somente mensagens são muito frequentes e concentram milhões de seguidores e na maioria dos casos são administrados por profissionais que oferecem algum tipo consultoria e formação.

Publicações com mensagens motivacionais aparecem muito na #empreendedorismo, com o texto na imagem ou na descrição da postagem. E constantemente as imagens são de fotos pessoais, com poses e na descrição uma mensagem motivacional. Essas mensagens possuem os mesmos elementos citados acima. É um cotidiano narrado pelo discurso do empreendedorismo.

Esse cotidiano naturaliza o discurso empreendedor, pois nem sempre cita a palavra empreendedorismo nas mensagens, mas os elementos estão presentes. É, possivelmente, onde acontece a transição do discurso no contexto de mercado para a dimensão pessoal promovendo a subjetividade explicada em “A nova razão do mundo”.

Já a #brequedosapps concentra aproximadamente 13 mil publicações como principais. Isso corresponde à 0,1% das publicações sobre empreendedorismo na mesma rede. As postagens começaram dias antes de 1º de julho, primeira greve, e seguiram até o dia 25 de julho, data da segunda greve, depois aparecem esporadicamente.

As postagens fazem críticas às condições de trabalho dos entregadores, relatam as reivindicações e apoiam a greve com imagens da preparação do alimento para evitar a utilização do aplicativo ou por meio de textos. Muitas postagens mostram a greve ocorrendo em diversas cidades do país em vídeos ou fotos. E diversas vezes surgem críticas ao fato dos entregadores serem chamados de empreendedores.

Em meio às publicações de apoio, surgem algumas que criticam a greve e defendem a atuação das plataformas de entrega. Sugerem que uma quantia ofertada por meio de uma gorjeta possa solucionar o problema do baixo valor das taxas de entrega.

O número de publicações da #brequedosapps é infinitamente menor que as publicações da #empreendedorismo. Consequentemente não possuem o mesmo alcance e não disputam a narrativa do cotidiano no imaginário dos usuários do Instagram. Se a contradição não é visibilizada, o discurso dominante é o que produz sentido no território digital.

Quando Eagleton (2019) descreve que o sujeito falante se identifica com a formação discursiva que o domina, é inevitável pensar que a narrativa neoliberal contribui para a formação de uma nova subjetividade e que isso ocorre também por meio das redes digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É objetivo do estudo analisar o discurso do empreendedorismo no contexto da plataformização do trabalho. As publicações que aparecem na #empreendedorismo moldam a narrativa do cotidiano nas redes a partir dos elementos do discurso empreendedor e constroem um imaginário neoliberal.

Já as publicações da #brequedosapps, que surgem em virtude da greve dos entregadores, evidenciam as contradições entre o discurso e a realidade dos trabalhadores que são constantemente denominados como empreendedores. Porém, mesmo que as contradições apareçam nas redes, não possuem o mesmo alcance do discurso do empreendedorismo.

O atravessamento diário é responsável pela naturalização, assimilação e propagação dos elementos presentes no discurso do empreendedorismo e por esse motivo o neoliberalismo, apesar de suas contradições, vai construindo imaginários de perfeição.

Se é no cotidiano que as mediações, as relações sociais e a representação da vida são criadas e assimiladas, não cabe a este estudo uma análise simplicista sobre quem acredita ou não no discurso do empreendedorismo. Todos são atravessados por ele, diariamente, em alguma instância. O importante é entender como o discurso atua na produção de sentido e na construção de um imaginário neoliberal de uma sociedade que vivencia o seu cotidiano nas redes digitais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DARDOT, Pierre, LAVAL, Christian. “**A Nova Razão do Mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal**”. 1.ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

ABILIO, Ludmila. “**Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado**”. Vol 18. Nº 3. Revistas Psicoperspectivas, 2019.

EAGLETON, Terry. “**Ideologia: uma introdução**”. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2019.

TRINDADE, Karlili. “**A falácia do sucesso empreendedor**”. Vitória: Anais do Seminário do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo, 2019.

SAQUET, Marcos Aurélio. “**Por uma Geografia das Territorialidades e das Temporalidades**”. 2.ed. Rio de Janeiro: Consequência, 2015.