

# LINGUASAGEM

## A CONSTRUÇÃO DA VERDADE SOBRE CRISE EM TEMPOS DA PANDEMIA

Michelle Aparecida Pereira LOPES<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo apresenta análises discursivas de enunciados do programa *Vamos Ativar o Empreendedorismo - VAE*, lançado em novembro de 2019 pela Rede Globo, para observar como esse site constrói uma verdade sobre a crise neste momento de pandemia. Nosso arcabouço teórico é o da Análise de Discurso dita francesa, especialmente as contribuições de Michel Foucault. Sob essa orientação, nossas análises averiguam como a palavra crise nos enunciados do *VAE* entra para a ordem do discurso, respondendo a condições de existência e estabelecendo relações com outros enunciados aos quais se liga ou busca silenciar.

**Palavras-chave:** Crise; Discurso; Empreendedorismo; Pandemia; Verdade.

**Abstract:** This article presents discursive analysis of enunciations from the *Vamos Ativar o Empreendedorismo – VAE*, program launched in November 2019 by Rede Globo, to observe how this site builds a truth about the crisis in this pandemic moment. Our theory framework is the Discourse Analysis, especially Michel Foucault's contributions. According to this, our analyses investigate how the word crisis in the *VAE* enunciations enters into the order of discourse, responding to conditions of existence and establishing relationships with other enunciations to which it is linked or seeks to silence.

**Keywords:** Crisis; Discourse; Entrepreneurship; Pandemic; True.

### Considerações iniciais sobre crise

A palavra *crise* tem sido recorrente no Brasil contemporâneo compondo variadas materialidades linguísticas, mormente, associadas ao domínio discursivo da economia e da política; já em 2020, crise aparece associada à questão sanitária advinda da pandemia ocasionada pelo SARS-CoV-2. Enunciados em cuja estrutura o termo crise emerge

---

<sup>1</sup> Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais, UEMG Unidade Passos. E-mails: michelle.lopes@uemg.br e michellepupes5@gmail.com

dispersam-se, circulam indefinidamente e servem a outros; as práticas discursivas acerca de e com a palavra crise, ao mesmo tempo em que amparam e dão sustentação a práticas sociais, também vão se sustentando por essas. Desse modo, em torno de crise constitui-se um domínio de saber e toda sua arquitetura discursiva não só possibilita a construção de uma verdade sobre a crise, como também promove o apagamento de outras verdades sobre ela.

Nessa perspectiva, este texto buscou analisar discursivamente os enunciados do programa *Vamos Ativar o Empreendedorismo*, doravante VAE, visando observar a construção de sua verdade sobre a crise neste momento de pandemia. Nossas análises fundamentam-se nas contribuições de Michel Foucault à Análise de Discurso, visto que esse arcabouço oferta “um plano de linhas móveis” capaz de orientar “a realização do trabalho de analistas de discursos na problematização das materialidades linguísticas com as quais se defrontam.” (SOUZA, 2017, P. 101). Assim orientadas, nossas análises buscam elucidar como o uso da palavra crise pelo VAE entra para a ordem do discurso, demonstrando suas condições de existência, estabelecendo suas relações com outros enunciados aos quais se liga e apontando quais outros enunciados ficam excluídos.

A seleção de nosso corpus, bem como nossas análises, amparam-se na chamada arqueogenealogia foucaultiana. Por meio dela, reconhecemos que o grande arquivo de ditos sobre a crise deve ser observado a partir da “lei” que regula a emergência de diferentes enunciados “como acontecimentos singulares” (FOUCAULT, 2012, p. 149).

Na última década, diferentes momentos da história brasileira foram tratados como crise. Neles, nosso olhar analítico parece flagrar uma daquelas unidades por meio das quais se constitui um domínio indefinido e abundante do discurso (FOUCAULT, 2012). Sendo assim, compreendemos que em temporalidades distintas, a palavra crise entra para a ordem do discurso, dispersando sentidos díspares, até mesmo antagônicos entre um período e outro. Enquanto enunciava-se veementemente a crise de 2015 como algo que precisava ser maciçamente combatido, a única solução alardeada foi a deposição de um governo democraticamente eleito. Por outro lado, em 2020, a crise decorrente da pandemia tem sido enunciada como algo a ser vencido, superado e solucionado pela atitude empreendedora e postura proativa de cada um de nós, conforme diz o programa VAE.

Posto isso, devemos explicitar que nosso corpus de análise se compõe de três enunciados recortados do VAE em cujas formulações a palavra crise aparece ressignificada. Para evidenciar tal ressignificação, nossas análises contrapõem os enunciados do VAE a três enunciados anteriores emersos em outras condições de produção, sendo eles: dois enunciados recortados de duas capas da revista *IstoÉ*, do ano de 2015; um enunciado recortado do discurso de posse do ex-presidente Michel Temer, em 2016.

Considerando que, no geral, o termo crise emerge para caracterizar um cenário nacional que combine declínio das atividades econômicas decorrente da diminuição do consumo e da queda das taxas de lucro empresarial, parece-nos que cada crise oferece a base para diferentes engendramentos: em 2015, os enunciados da crise foram o tecido sobre o qual se costuraram, estrategicamente, as ideias de insatisfação política e de descontentamento popular que culminaram no impeachment de Dilma Rousseff; em 2020, os enunciados da crise, associados aos do domínio discursivo do empreendedorismo, prestam-se a apagar a responsabilidade do governo federal pela situação crítica em que se encontra o país.

### **O visível e o enunciável em tempos de crise**

Os estudos do filósofo Michel Foucault lançam luz às práticas sociais observáveis a partir de sua instância discursiva. Por conseguinte, ao lançarmos mão do aparato teórico-metodológico foucaultiano, não podemos perder de vista que entre o dito e o visto nem sempre há equivalência; “seria esse o jogo das regras que tornam possível, durante um período dado, o aparecimento dos objetos.” (FOUCAULT, 2012, p. 40).

Nessa perspectiva, consideremos crise como um objeto; se “é na disjunção entre enunciável e visível que se instaura a verdade de uma época” (LOPES, 2018, p. 27), então crise emerge no dizível e se reproduz no que vai sendo constantemente enunciado construindo um domínio de saber que sustenta uma verdade sobre ela. A verdade sobre a crise, entretanto difere no modo como é percebida pelos sujeitos sociais, conforme explicamos a seguir.

De modo geral, aquilo que se costuma enunciar como crise econômica está diretamente relacionada ao sistema econômico capitalista. No capitalismo, os episódios nomeados como crise são aqueles em que a produção, a comercialização e o consumo de bens e serviços entram em desaceleração; pode haver ainda uma redução na oferta de crédito, o aumento na taxa dos juros e também crescimento dos índices de desemprego.

Logo, é compreensível que, em um país capitalista, o cenário de uma crise econômica comece a ser construído quando os grandes empresários percebem, ainda que minimamente, uma diminuição em suas taxas de lucro. À parcela privilegiada parece inadmissível ganhar menos, ou pouco menos, do que se ganhava anteriormente. E como o lucro não pode diminuir, é preciso cortar os custos, segurar os gastos e para isso, pode-se, inclusive, promover demissões em massa. Se uma grande parcela da população perde o emprego, conseqüentemente haverá menos dinheiro circulando no mercado impactando a demanda pelo consumo dos bens e serviços e assim, cíclica e sucessivamente.

Nesse sentido, as regras que tornam possível que o objeto crise econômica apareça são as regras do mercado; no capitalismo, a crise é estrategicamente apresentada e veementemente enunciada em descrições numéricas, na divulgação das taxas de queda do Produto Interno Bruto (PIB), nos índices do desemprego; toda conjuntura precisa ser noticiada em manchetes e leads – alguns até mesmo apelativos e sensacionalistas; a crise precisa ser discutida em programas televisivos da grande mídia; a crise deve ser mostrada em destaque porque, afinal de contas, o capitalismo não pode perder. São os dizeres de uma crise, são suas práticas discursivas e suas práticas não discursivas que, juntas, constroem na sociedade uma verdade sobre a crise, sendo essa a verdade que convém ao capitalismo.

Amparando-se no jogo de poder mercantilista, entre o visível e o enunciável de uma crise há disjunção. Dizer incessantemente sobre uma crise econômica e/ou financeira, exibir essa crise, ou mesmo discuti-la pode parecer justificável quando observamos que ela acentua a pobreza, especialmente nas camadas menos privilegiadas. Contudo, a ordem aqui é outra: não é a preocupação com o empobrecimento da maioria, mas sim com a diminuição do lucro da minoria que mais importa ao enunciável sobre crise.

Assim, a disjunção entre dizível e visível é decorrente do fato de que os ditos sobre uma crise econômica mascara intenções empresarias de manter seus lucros em altos patamares; ao mesmo tempo tais práticas discursivas corroboram com a expectativa da perda do emprego e conseqüente privação da renda o que, ao longo do tempo, pode diminuir a valorização da força de trabalho que passa a acreditar que é melhor ganhar menos que ficar desempregado; de certa maneira, isso facilitaria a manutenção dos lucros, porque diminuiria o custo com os salários.

Resumidamente, diríamos que os ditos sobre a crise, em tempos de crise econômica, estão a favor dos patrões e não dos empregados; de fato, o foco é a manutenção do lucro dos primeiros e não a preocupação com os segundos.

Ainda em relação aos períodos de crise econômica, o que não se diz sobre ela é o fato de que tais etapas são previsíveis e até mesmo esperadas, já que a economia é cíclica, isto é, mantém-se articulando fases de expansão e de contração. Tão presumível é um período de crise econômica que no domínio discursivo da Economia, há conceituações e estudos sobre os chamados ciclos econômicos. Não é nossa proposta, neste texto, discutir tais conceituações, mas a título de exemplificação pontuamos os estudos da Teoria Austríaca dos Ciclos Econômicos que, resguardadas suas especificidades, compreende os ciclos como alternâncias, ou sucessões entre períodos caracterizados por graus de aceleração e desaceleração da atividade econômica.

Tendo em vista tudo isso, convém reforçarmos ainda que, a partir da palavra crise, constitui-se “um grupo de relações entre enunciados: sua forma e seu tipo de encadeamentos.” (FOUCAULT, 2012, p. 41). À esteira dessa colocação foucaultiana, a seguir, observaremos a rede discursiva constituída em torno da palavra crise durante a pandemia, fazendo o contraponto com outros momentos contemporâneos.

### **Forma e encadeamento em um grupo de enunciados sobre crise**

Ao passo que consideramos a crise como um objeto do discurso, cabe-nos elencar as condições históricas que oportunizam, ou oportunizaram sua emergência, afinal, nenhum objeto do discurso “preexiste a si mesmo, retido aos primeiros contornos da luz, mas existe sob as condições positivas de um feixe complexo de relações”

(FOUCAULT, 2012, p. 54-55). É mediante isso que afirmamos a constituição de uma rede discursiva à volta de crise.

As relações de que fala Foucault organizam-se entre instituições, processos econômico-sociais, modos de comportamento e de caracterização, normatizações, técnicas, tipos de classificação. No entanto, essas não são relações intrínsecas ao objeto do discurso, isto é, tais relações não o constituem internamente; tampouco o objeto é o responsável pelo desenho da trama na qual ele se envolve. Essas relações definem a potência do objeto do discurso de ser colocado na exterioridade.

Dizemos, assim, da historicidade das condições que, amalgamadas, possibilitam a emergência do objeto crise, isto é, compreendemos que há relações estabelecidas em determinada conjuntura que permitem dizer algo a partir do objeto crise de modo que a partir dela [crise], vários sujeitos possam também dizer coisas distintas e diversificadas sobre ela. Essas relações constroem uma espécie de similitude entre a crise, o que se diz dela e tudo que ela passa a autorizar que seja dito.

No dia 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou situação de emergência em saúde pública de Importância Internacional por Infecção Respiratória Aguda pelo Novo Coronavírus (SARS-CoV-2). No Brasil, a declaração de emergência em saúde pública de importância nacional foi feita em seguida, já no dia 03 de fevereiro; a oficialização da pandemia ocorreu no dia 11 de março e no dia 20 do mesmo mês, já se considerava a Covid como uma doença de transmissão comunitária.

Desde a declaração de situação de emergência em saúde pública, o enfrentamento à pandemia desencadeou medidas de segurança sanitária em todo o mundo, dentre as quais o isolamento social e o chamado *home office*<sup>2</sup>, na tentativa de se controlar o avanço e a propagação do vírus e, assim, não sobrecarregar o sistema de saúde.

Se por um lado as deliberações sanitárias colaboraram, em alguma medida, para impedir que a doença avançasse ainda mais violentamente, por outro, os impactos do fechamento do comércio, a paralisação de atividades industriais, de lazer e tantas outras repercutiram consequências na economia de diversos países, ocasionando, sobretudo, a queda ou a perda da remuneração de muitos cidadãos. Frente à iminência de um colapso

---

<sup>2</sup> Em tradução livre, trabalho em casa.

econômico, em algumas nações, como Japão, os governos anunciaram pacotes de estímulo fiscal e a liberação de montantes destinados a suprir a perda de renda das famílias. Já os brasileiros, foram assistidos por um auxílio mensal cujos valores são menores que o do salário mínimo.

A pandemia, no Brasil, estabeleceu uma conjuntura que condensa tensão sanitária, instabilidade econômica e divergências políticas; cenário propício à emergência de discursos conflitantes, cujo embate se estabelece, principalmente, no âmbito das prioridades de um governo: é mais importante a manutenção da economia ou a prevenção da doença, a saúde e a vida da população? Nesse sentido, no contexto da pandemia brasileira emerge uma série de formulações enunciativas a serem observadas.

De um lado, percebemos o negacionismo da doença, sentido produzido especialmente nos pronunciamentos do presidente Jair Bolsonaro e repetível nos dizeres de seus apoiadores, mesmo que a negação vá de encontro aos ditos da ciência, às estatísticas e à realidade mundial, porque a preocupação maior precisa ser, de fato, com a economia do país.

De outro, encontramos os decretos municipais e estaduais de distanciamento social, como forma de conter os avanços da pandemia. Nesses, ainda que a preocupação pareça ser a saúde, pelo menos em alguma medida, não podemos nos eximir de dizer que tais medidas constroem o sentido que a responsabilidade pela contaminação é do próprio sujeito, já que cabe a ele cuidar-se para não ser infectado ao mesmo tempo em que os demais, porque isso acarretaria a sobrecarga do sistema de saúde pública, onerando sobremaneira o Estado.

Além disso, a disciplinarização dos corpos inscreve a responsabilidade pela não contaminação na instância íntima de cada um dos sujeitos, evidenciando assim a existência de um biopoder que age sobre o corpo da população.

Desse modo, as formulações que emergem a partir da crise na pandemia comungam questões relacionadas aos mais variados campos, dentre os quais os que esse texto é capaz de elucidar, como: i) ditos que vêm sendo proferidos com a intenção de desmerecer a ciência em nosso país; ii) dizeres que correspondem a uma política governamental de caracterização neoliberal; iii) ditos sobre a saúde pública e,

consequentemente, dizeres que determinam condutas; iv) enunciados que divulgam o empreendedorismo como solução para a perda de renda.

Há, nesse sentido, traços da gestão biopolítica de controle da saúde dos corpos encadeadas a propostas de diferentes modelos de comportamento social produtoras de diferentes subjetividades, dentre as quais o se tornar empreendedor.

### **Diferentes crises e diferentes verdades**

Em novembro de 2019, a Rede Globo anunciou o VAE como um projeto de apoio e incentivo ao empreendedorismo brasileiro; constituído por filmes curtos na programação da TV e um hub digital, isto é, uma espécie de prestação de serviço com vários produtos ou outros serviços integrados a ele. Nesse sentido, o VAE propõe fornecer não somente informações e dicas, como também apresentar oportunidades de negócios para seu público.

No ano em que o VAE foi lançado, segundo os dados do Global Entrepreneurship Monitor (2019, p. 10), “a taxa de empreendedorismo total no Brasil foi de 38,7%, ligeiramente superior a do ano anterior”. Em números absolutos, a pesquisa estimou a existência de 53,5 milhões de brasileiros, entre 18 e 64 anos, à frente de alguma atividade empreendedora. No mesmo ano, conforme a Agência Brasil (2020), o índice de desemprego foi de 11,8%.

Os números da Agência Brasil confirmam que, quando a pandemia chegou ao país, os índices de desemprego já ultrapassavam a casa dos dois dígitos; também refletem que o Brasil já estava imerso em um cenário de recessão cujas razões são, em boa parte, reflexo de uma contração econômica mundial. Em decorrência disso, não se pode afirmar que o desemprego atual seja resultado apenas da pandemia, porque há razões anteriores que o impulsionaram.

Por outro lado, algumas medidas de combate à COVID-19, como a interrupção da atividade de muitos setores, corroboraram novas demissões, já que não foram tomadas, por parte do governo, medidas protetivas do emprego e da renda dos trabalhadores. A isso, associa-se a flexibilização das relações de trabalho que já haviam sido afetadas contundentemente pela Reforma Trabalhista do governo Temer.



Essa flexibilização das leis que protegem o trabalhador e seus postos de emprego, associadas ao tom antissindicalista do governo de Jair Bolsonaro, favorece, em meio à pandemia, a emergência de dizeres que afirmam a necessidade do empreendedorismo individual, apresentado como a saída para a produção e/ou recuperação da renda, sobretudo daqueles que ficaram desempregados. Momento propício para que a Rede Globo passasse a anunciar seu programa VAE de maneira incisiva em sua grade de programação diária.

As propagandas do VAE condensam distintas materialidades – texto, som e muitas imagens móveis – que juntas, prestam-se a construir uma única verdade: a de que *A crise vem pra nos fortalecer*<sup>3</sup>. Esse enunciado compõe todas as propagandas televisivas, sendo cantado no início de todas elas.

Nesse enunciado, a palavra crise nos chama a atenção, justamente por ser uma materialidade repetível na contemporaneidade brasileira. Como “não há enunciado que, de uma forma ou de outra, não reatualize outros enunciados” (FOUCAULT, 2012, p. 113), compreendemos que a utilização da palavra crise, nos enunciados do VAE, busca uma atualização dos sentidos construídos por meio da palavra crise, no contexto da pandemia; parece-nos uma espécie de silenciamento dos efeitos negativos da crise, situação que, há bem pouco tempo, era diferentemente enunciada.

Nesse aspecto, a emergência do termo crise em distintas temporalidades contemporâneas, revela a movimentação social flagrada como consequência de uma ordem do discurso que produz diferentes verdades para cada crise que é enunciada. Na ânsia de demonstrarmos isso, faremos uma breve retrospectiva dos últimos seis anos, lembrando, inclusive, alguns enunciados relevantes às nossas análises, principalmente por enunciarem a crise de modos diferentes.

De início, tratemos da dita crise fiscal de 2015, quando a economia brasileira, apesar do crescimento contínuo das duas décadas anteriores, começou a apresentar sinais de desaceleração. Ainda que o panorama mundial apresentasse sinais similares de baixa demanda, a chamada crise fiscal tornou-se um objeto do discurso, adquirindo

---

<sup>3</sup> O acesso ao programa, bem como a todos os enunciados aqui analisados, pode ser feito por meio do Portal G1. Disponível em: <<https://vae.g1.globo.com/especial-publicitario/>>. Acesso: 01 nov. 2020.

revista *Linguagem*, São Carlos, v.40, Número temático. Covid-19: uma pandemia sob o olhar das ciências da linguagem, 2021, p. 176-196. ISSN: 1983-6988

contornos relevantes dentro de um feixe intricado de relações que culminaram no impeachment da presidenta Dilma Rousseff.

Nessa perspectiva, a desaceleração econômica passou a respaldar as falas daqueles que desde a reeleição de Dilma mostravam-se insatisfeitos com os resultados do pleito, especialmente a ala representante da direita no país, que não aceitara bem a derrota de Aécio Neves. O senador e seus apoiadores, não só pediram por uma intervenção militar, como também intentaram tolher a posse da candidata eleita. Com isso, não só todo processo eleitoral foi colocado em xeque, como também a seriedade da conduta do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Houve, ainda, reflexos diretos para a nossa democracia, já que não aceitar a vitória de um adversário equivale a ignorar a vontade da maioria que o elegeu. Com um processo democrático colocado em xeque, emergiu aquela que podemos chamar de crise política.

A seguir, a chamada crise fiscal autorizou a dispersão de uma série de dizeres que possibilitaram a emergência de outra crise: a econômica. Nesse sentido, crise política justapôs-se a outras crises [fiscal e econômica], colocando-se na exterioridade; costurou relações entre instituições políticas, processos econômicos e posições sociais. A crise dispersou-se em materialidades diversas.

A título de exemplificação, relembramos brevemente duas capas de edições da revista *IstoÉ*, a saber: i) a de 10 de julho de 2015; ii) a de 1º de abril de 2016<sup>4</sup>. Na primeira, Dilma aparece de costas, no canto inferior direito; embaixo, centralizada e em fonte destacada, a palavra *impeachment* e, abaixo dela, o enunciado: *Começam a se desenhar as condições para um processo de afastamento da presidente da República*; na mesma edição, a matéria dedicada a Dilma intitula-se *Dilma fora de órbita*. Já a capa da segunda edição usada por nós como exemplo traz uma foto de Dilma com semblante nervoso, boca aberta como quem grita; a imagem está mais à direita; na lateral esquerda, aparece o enunciado *As explosões nervosas da presidente*; na mesma edição, a matéria divulgada na capa recebeu o título *Uma presidente fora de si*.

Neste texto, os enunciados dos exemplos citados não são nosso objeto de análise; não obstante, cabe ressaltarmos que, na conjuntura da crise, tais materialidades

---

<sup>4</sup> A capa das edições mencionadas, bem como das demais edições da Revista *IstoÉ* estão disponíveis em <<https://istoe.com.br/edicoes/>> Acesso: 01 out. 2020.

linguísticas foram estrategicamente inseridas e, ainda que a revista de circulação nacional usada como exemplo tenha por público alvo os insatisfeitos com o resultado da reeleição de Dilma, os enunciados utilizados não ficaram restritos a suas capas; ao contrário, seus sentidos pulverizaram-se socialmente, dispersaram-se e atingiram outras esferas. Os sentidos veiculados pelos textos mistos das edições da *IstoÉ* citadas corroboraram a ideia de que Dilma não era preparada para ocupar a posição de Chefe de Estado, de que ela não sabia o que estava fazendo no governo, por isso mesmo, a economia entrava em recessão e a crise era certa.

Os mesmos sentidos apareceram ainda em outras publicações nacionais e esteve presente em outras materialidades: quem não se lembra daquele adesivo de Dilma de pernas abertas, colado nos tanques dos carros, como forma de protesto contra o preço do combustível? Na conjuntura política, econômica e social arquitetada em derredor da crise, de fato, o impeachment de Dilma Rousseff foi apenas uma questão de tempo. As condições políticas e econômicas viabilizaram a instauração do clima de crise na sociedade; enunciados ganharam forma e força e encadearam-se a favor do impeachment.

O segundo momento de nossa história que queremos relembrar é o que começa após o golpe. Em 13 de maio de 2016, Michel Temer, até então vice-presidente, assume interinamente a presidência da República. Em seu discurso de posse, o presidente interino convida o povo a esquecer-se da situação até então veementemente enunciada, afirmando *Não pense em crise. Trabalhe!*

É certo que, por ser um objeto do discurso, crise passou a constituir materialidades repetíveis, compondo enunciados “que os homens produzem, manipulam, utilizam, transformam, trocam, combinam, decompõem e recompõem, eventualmente destroem.” (FOUCAULT, 2012, p.121); portanto os sentidos produzidos no enunciado da posse de Michel Temer, ainda que estabeleçam relações com os enunciados anteriores, só podem ser compreendidos na estreiteza e peculiaridade de sua situação (SOUZA, 2017).

Na instância discursiva de *Não pense em crise, trabalhe!* o enunciador afirma que aquela crise anteriormente alardeada precisava ser esquecida, de modo que podemos pensar que, tendo o impeachment ocorrido, não haveria mais crise e isso nos

leva a compreender que a crise não era de fato de ordem econômica, mas muito mais política.

Quando Temer enuncia *Não pense em crise, trabalhe!*, utilizando-se da modalidade verbal imperativa, em suas conjugações negativa e afirmativa, respectivamente, aconselha o que não deve ser feito a partir daquele momento, para, na sequência, reafirmar de modo ainda mais contundente o que deve ser feito. Por conseguinte, o trecho *não pense em crise* por um lado promove o sentido de que, com a saída de Dilma, a crise estaria superada e isso não só reforça nossa colocação anterior de que a crise era mais política que econômica, como também vai ao encontro de toda estratégia construída em torno da crise para derrubar a presidenta já que para ela construiu-se a imagem de alguém não preparado para governar e disso é que decorreu toda a crise.

Por outro lado, o mesmo trecho *não pense em crise* também pode ser uma convocação ao apagamento do golpe, pois sem crise, o golpe não teria ocorrido e sem o golpe, Temer não estaria no poder. Sendo assim, *não pense em crise* também equivaleria a *esqueçam o fato de que não cheguei aqui por meio de uma eleição, mas de um golpe*.

O enunciado de Temer, assim, constrói um jogo de sentidos divergentes: afirma a existência de uma crise, mas propõe o seu apagamento, ou que “ela seja silenciada em discursos para uma simulação de sua inexistência, para produzir um clima de harmonia, interesse e otimismo.” (SOUZA, 2017, p. 110). O tom convocatório de *trabalhe*, respaldado no modo imperativo, não diz respeito apenas ao ato de trabalhar, mas funciona também como um convite para o apoio ao seu governo, já que a recessão econômica não seria resolvida assim tão rapidamente, melhor seria silenciá-la por meio de uma convocação esperançosa e confiante.

Por conseguinte, o enunciado da posse de Temer deixou rastros de sentido que permaneceram sendo reutilizados. Tais sentidos foram recuperados já no ano seguinte, quando a classe trabalhadora brasileira viu parte de seus direitos trabalhistas serem golpeados. Por meio de diferentes discursos, integrados e coexistentes, a Reforma Trabalhista ganhou status de solução para os altos índices de desemprego que voltaram a ultrapassar os dois dígitos, a partir de 2016.

Conforme apontamos anteriormente, o medo de ver-se desempregado pode convencer trabalhadores de que é melhor diminuir seus direitos do que ser demitido. No entanto, conforme também apontamos, não é a preocupação com a classe trabalhadora e sim com a classe privilegiada, já que menos direitos trabalhistas correspondem proporcionalmente a maiores lucros.

De acordo com Lucio (2018), a Reforma Trabalhista do Governo Temer veio à esteira de um fenômeno mundial cujo intuito é a retomada plena do controle sobre o trabalho e, nesse sentido, a retroação das leis que protegem o trabalho sustenta-se por meio de práticas discursivas que enunciam soluções como a flexibilização de contratos e a desregulamentação laboral. Constrói-se, assim, um jogo discursivo, no qual agentes econômicos e Estado lançam mão dos grandes veículos de comunicação de massa para convencer a classe trabalhadora da necessidade premente da aprovação da Reforma Trabalhista.

Nesse jogo discursivo, ainda, o sentido produzido passa a ser o de que a responsabilidade pelo desemprego é do próprio trabalhador quando, na verdade, não é. Em sistemas capitalistas, o mercado de trabalho funciona como uma “variável de ajuste” do empresariado, isto é, quando os lucros diminuem, o empresariado demite. Contudo, se houver uma legislação que proteja a classe trabalhadora, as demissões serão dificultadas, impactando o ajuste dos custos.

Desse modo, derrubar a legislação trabalhista só favorece os empresários e em nada contribui com os trabalhadores; ainda assim, as estratégias usadas no jogo discursivo, como a divulgação em massa dos índices de desemprego, as entrevistas mostradas com economistas, principalmente nas redes abertas de televisão, as capas de revistas de circulação nacional e tantas outras construíram como verdade a ideia de que seria preciso flexibilizar a legislação para que o desemprego diminuísse.

Como todo enunciado se constitui por um conjunto de formulações a que se refere, podendo, por exemplo, recuperar outros que tiveram existência antes dele, os enunciados da Reforma Trabalhista recuperam tanto os enunciados da crise política e econômica que corroboraram o impeachment de Dilma, quanto os do discurso de tom motivacional da posse de Temer. Esses diversos dizeres alinhavam-se, sustentam-se, bem como passam a sustentar formulações posteriores “seja para repeti-las, seja para

modificá-las ou adaptá-las, seja para se opor a elas, seja para falar de cada uma delas” (FOUCAULT, 2012, p. 113). O enunciado de Temer e os da reforma trabalhista dão o tom otimista que ressignifica a crise no domínio discursivo do empreendedorismo, conforme mostraremos adiante.

### **Reformulações da crise e subjetividade no VAE**

Do site do VAE, retiramos três enunciados em cujas estruturas a palavra crise aparece. Abaixo, os enunciados aparecem numerados, como forma de organizar nossas análises. São eles:

E1- *VAE! Que a crise vem pra nos fortalecer!;*

E2 - *É possível virar o jogo na crise?;*

E3: *‘Temos planos para quatro cenários de crise’, diz CEO da MadeiraMadeira.*

Esses enunciados são reformulações de enunciados produzidos no entorno da palavra crise; mas refletem uma mudança de perspectiva no modo de se dizer da crise, justamente porque aqui condensam relações bastante singulares, conforme buscamos mostrar, a seguir.

O acesso ao VAE é feito pela internet. O site possui design bastante contemporâneo; o menu superior é composto por abas que dão acesso a histórias empreendedoras consideradas de sucesso, há dicas de como gerir o negócio, há depoimentos de pequenos e médios empreendedores; ainda é possível acessar *podcasts*, um fórum para discussões e uma agenda de eventos relacionados ao empreendedorismo.

Também devemos mencionar que o VAE possui parceria com o Banco Bradesco, uma das maiores instituições financeiras da iniciativa privada, no Brasil. Sendo assim, por meio do VAE, o banco oferece linhas de crédito destinadas ao empreendedor, por exemplo, a chamada de Capital de Giro.

Essa parceria é uma ação estratégica, já que o discurso empreendedorista alia-se ao banco privado para ofertar empréstimos disfarçados de crédito ou auxílio. Sabemos que o endividamento pode atingir proporções enormes, porque juros são altos e dinheiro custa muito caro. Por isso, o VAE está mais a favor do banco que daqueles que pensam

em investir; o foco maior pode ser atender os interesses da instituição financeira e não daqueles que estão interessados em empreender.

Em meio à pandemia toda propaganda do VAE começa sempre pelo E1, cantado de modo eufórico; em seguida, o enunciador apresenta uma história ou dá uma dica, assumindo uma posição de quem domina um saber e que, por isso, pode ensiná-lo.

De modo geral, os enunciados constroem um jogo de sentidos contraditórios entre afirmar a crise [E2 e E3] e silenciá-la [E1]; esses enunciados, produzidos em meio a um emaranhado de relações de saber-poder, ofertam ao sujeito diferentes subjetividades frente ao momento de crise.

Em E1, a crise é apresentada como algo a nos fortalecer e isso equivale a uma tentativa de silenciamento da mesma; melhor dizendo, uma tentativa de impedir que a crise deste momento seja relacionada, por exemplo, à inexistência de ações governamentais precisas para o combate à pandemia e de proteção ao trabalho e à renda do trabalhador. Quando a propaganda é aberta com esses dizeres, a sigla *VAE*, será compreendida como a forma verbal de segunda pessoa do singular do modo imperativo do verbo ir, ou seja, os interlocutores compreendem *VAE* foneticamente como *vai* e isso funciona como uma sugestão de que não podem parar, devem seguir em frente.

Em seguida, a sugestão se reforça, à medida que a crise é anunciada como algo positivo, que precisa ser enfrentada, porque fortalece. A relação com a crise ofertada em E1 é produtora de subjetividade, já que aqueles que casualmente possam ter ficado desempregados em decorrência da crise sanitária não devem considerar que isso tenha sido algo negativo, porque a situação não passa de um momento que oferece a ele a oportunidade de fortalecimento e esse fortalecimento será decorrente de uma atitude proativa desse sujeito: empreender.

Também não deixa de ser uma espécie de romantização da crise e, ao considerá-la como algo que fortalece, não só minimiza a falta de atitude governamental quanto à proteção do emprego e da renda do trabalhador em um contexto de pandemia, como também responsabiliza cada um pelos resultados que vai alcançar, ou não, no enfrentamento à crise. Nesse sentido, E1 atualiza aquele enunciado da posse de Michel Temer, *Não pense em crise! Trabalhe* porque também silencia a crise, bem como reforça os sentidos dos enunciados da Reforma Trabalhista.

Os enunciados E2 e E3 correspondem aos títulos de três matérias que podem ser lidas no *VAE*. Se em E1 a crise está silenciada, o mesmo não ocorre em E2 e E3 já que nele a crise parece ser afirmada. Em E2, o enunciado apresenta-se em frase interrogativa; a interrogação, no entanto, não recai sobre a existência da crise, mas sim sobre a possibilidade de superação dela, ou mais pontualmente, sobre os sujeitos empreendedores. À vista disso, o questionamento de E2, ao longo do texto da matéria será respondido de forma afirmativa, porque logo após esse enunciado, encadeia-se *Veja 5 dicas que podem fazer a diferença para seu negócio*.

A matéria que E2 intitula começa pelo enunciado *Empreender é desafiador. Fazer isso diante de uma crise - como a enfrentada pelos empresários durante a pandemia - exige ainda mais preparo e planejamento*. Por conseguinte, o texto da matéria responde a pergunta de seu título, reafirmando que é possível superar a crise, mas isso dependerá do esforço de cada um em seguir as dicas do *VAE*. Aqui também apontamos que a crise é afirmada como decorrente da pandemia, apagando-se o fato de que, mesmo em 2019, os números do desemprego já estavam altos no Brasil.

Além disso, a crise sendo motivada pela pandemia, conforme afirma a matéria, parece ser uma consequência natural, já esperada, ou algo assim; isto é, pouco o governo poderia fazer para diminuir seus impactos no mercado de trabalho. Um enunciado que parece afirmar a crise, na verdade mais a oculta, criando justificativas e explicações que não condizem, em toda medida, com os fatos. Por esse ângulo, E2 não só atualiza E1, como também atualiza o enunciado *Não pense em crise, Trabalhe!*, da posse de Michel Temer.

No enunciado E3, os sentidos produzidos são bastante similares, apesar de suas diferenças. Enquanto E2 possui como enunciador o próprio *VAE*, em E3, recorre-se ao discurso da autoridade como estratégia argumentativa: alguns trechos da matéria possuem como enunciador o CEO<sup>5</sup> da MadeiraMadeira<sup>6</sup>, uma empresa de comércio on-line. Considerando a posição de um CEO na hierarquia de uma empresa, bem como a

---

<sup>5</sup> CEO é a sigla, em inglês, para Chief Executive Officer. Em tradução livre para o português Diretor Executivo.

<sup>6</sup> MadeiraMadeira é uma empresa varejista de comércio on-line de bens para o lar, fundada em 2009 na cidade de São José dos Pinhais, PR, por Daniel Scandian e Marcelo Scandian. Disponível em <<https://www.madeiramadeira.com.br>>. Acesso: 30 de out. 2020.



atuação estratégica desse profissional na gestão e nas decisões empresariais, os ditos desse enunciador reforçam o tom de ensinamento presente em todo o site, porque dá voz a alguém que certamente sabe do que está falando; justamente por isso, o título traz o cargo desse enunciador, em destaque.

No título, ainda se destaca também o nome da empresa que, por ser on-line, vai ao encontro daquilo que poderíamos dizer que tenha se tornado uma tendência desta situação de pandemia: o comércio eletrônico. Assim, o título atrai não apenas aqueles que são iniciantes no empreendedorismo como também aqueles que buscam ampliar as vendas por meio do comércio on-line.

Ainda que E3 pareça afirmar a existência da crise em seu título, a matéria dele não faz mais que reforçar a ideia de que ela pode ser vencida, especialmente com os ensinamentos do CEO, Daniel Scandian, fundador da MadeiraMadeira. No primeiro parágrafo da matéria, o enunciador menciona *Veio das pistas de automobilismo a mentalidade que faz Daniel Scandian atravessar a crise do novo coronavírus sem tantos sobressaltos*, produzindo o sentido de que a gestão de um negócio não necessariamente tenha a ver com a experiência no ramo de atuação, o que pode reforçar a atitude empreendedora que o site tanto incentiva.

Em seguida, quando o enunciador CEO assume a fala, conta de suas experiências no automobilismo para mencionar o aprendizado que tais experiências lhe renderam, dizendo *Tenho de saber quais são as coisas que eu posso controlar e não posso controlar*. Um dos sentidos produzido aqui é o de que a pandemia não está sob o controle de um empreendedor e, sendo assim, o que esse precisa fazer é buscar alternativas para conviver com ela. Novamente, a crise e seus impactos no mercado de trabalho é diminuída; mais uma vez a superação da crise é reafirmada como uma possibilidade que depende de cada um. E3 e a matéria que ele intitula atualizam o enunciado *Não pense em crise, Trabalhe!*.

À luz de Foucault, compreendemos que os discursos submetem-se a procedimentos de controle e delimitação. Há procedimentos externos, que “se exercem de certo modo do exterior; funcionam como sistemas de exclusão; concernem, sem dúvida, à parte do discurso que põe em jogo o poder e o desejo.” (FOUCAULT, 2011, p.21). Dentre os procedimentos externos, Foucault afirma que o mais facilmente

percebido, em nossa sociedade contemporânea, é a interdição. Por isso, “não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa” (FOUCAULT, op. cit. p. 09).

Nesse sentido, para o VAE, a crise é um objeto que adquire contornos de um “tabu” para esse momento de pandemia, já que não se pode falar qualquer coisa dela, a não ser que ela deva ser superada pela iniciativa de cada um dos sujeitos empreendedores. Nas circunstâncias oferecidas, isto é, no momento em que o país é afetado por uma pandemia contra a qual não há medidas governamentais que protejam o trabalhador e sua renda, dizeres negativos sobre a crise são cerceados pelo domínio discursivo do empreendedorismo, com vistas a silenciar a apatia do governo federal para com os menos privilegiados e, possivelmente, os mais afetados pelas demissões em massa.

Ainda à luz de Foucault, compreendemos que o discurso também é cerceado por procedimentos internos, “visto que são os discursos, eles mesmos que exercem seu próprio controle; procedimentos que funcionam, sobretudo, a título de princípios de classificação, de ordenação e de distribuição (...)” (FOUCAULT, 2011, p. 21). Esses procedimentos dariam ao discurso o tom de acaso, quando, de fato, o discurso não se produz à revelia. Dos procedimentos internos, destacamos a disciplina, que pode ser compreendida como o jogo constituído pelo domínio de objetos, conjunto de métodos, regras, definições, técnicas e instrumentos sob as quais se formulam proposições novas.

À vista disso, no domínio discursivo do empreendedorismo, o discurso se constitui nas relações de saber-poder existentes nesse campo, dentre as quais destacamos as que existem entre governo, instituições financeiras e empresariado. À medida que empreender demanda investimentos, o discurso empreendedorista está a favor das instituições, mais especificamente do Banco Bradesco, no caso do VAE; ao mesmo tempo, o empreendedorismo individual favorece o governo, especialmente neste momento, porque o exime da responsabilidade em sancionar leis protetivas do emprego e da renda de trabalhadores o que, concomitantemente, favorece o empresariado que pode demitir em massa para manter seu lucro.

Assim, ainda que no domínio discursivo do empreendedorismo se formulem proposições que pareçam afirmar a existência da crise, adotam-se estratégias discursivas

que impedem que a crise seja compreendida como algo que é negativo, ou que seja resultado da ausência de programas governamentais, subjetivando o sujeito a responsabilizar-se pelo seu próprio sucesso ou fracasso.

### Considerações

Neste texto, inscrito nas bases da Análise de Discurso francesa, à esteira das contribuições foucaultianas, empreendemos análises de enunciados produzidos em distintas temporalidades contemporâneas, no Brasil; em todos, destacamos a formulação linguística crise. Tal formulação, no entanto, não pode conferir aos enunciados analisados o valor de uma unidade de discurso (COURTINE, 2013). Por conseguinte, crise só pode ser percebida como tal, na instância discursiva, isto é, como um objeto do discurso, em torno do qual se autorizam dizeres, silenciam-se outros, constituem-se práticas discursivas e não discursivas, constroem-se verdades e induz-se a produção de subjetividades.

À vista disso, adotamos a arqueogenealogia foucaultiana para empreender análises discursivas de enunciados em cujas formulações aparece a palavra crise; observados em diferentes momentos da história contemporânea brasileira. Assim, a crise que culminou na deposição de Dilma Rousseff, a crise a ser esquecida, conforme enunciou Michel Temer em seu discurso de posse e a crise que fortalece, segundo os enunciados do programa VAE, denotam não apenas as relações existentes entre o discurso e suas condições de produção, como também elucidam as ressignificações do termo crise nessas distintas temporalidades.

Desse modo, consideramos o aparecimento da palavra crise como um acontecimento discursivo que atualiza sentidos para esse termo em cada um dos enunciados em que emerge. Em se tratando dos enunciados do VAE, as análises elucidaram as relações estabelecidas entre esses enunciados e enunciados anteriores que também apresentavam a palavra crise. Mais do que isso, as análises também apontaram que os sentidos construídos para crise são diferentes e vão corresponder, em grande medida, aos interesses políticos e/ou empresariais do momento.

Na conjuntura pandêmica, considerando-se especialmente questões econômicas como o desemprego e a perda de renda, os enunciados televisivos do VAE ao afirmarem que *a crise vem pra nos fortalecer* ressignificam os sentidos para a crise: não é mais a

crise desencadeada pela administração pública, como foi a crise do governo Dilma Roussef, não é mais a crise sobre a qual não se deve mais pensar, conforme afirmava Temer, mas sim a crise que fortalece, a crise que redime, a crise que dignifica o sujeito porque aquele que empreender vai conseguir vencê-la.

Por conseguinte, constrói-se uma relação entre os sentidos de empreender/empreendedor e a própria palavra crise: empreender torna-se sinônimo de superar a crise econômica, como se o fato de abrir um negócio próprio pudesse, de fato, proporcionar a manutenção da renda para todos aqueles que o fizeram.

Disso decorre o apagamento de muitos outros sentidos que merecem atenção, especialmente neste momento de pandemia, por exemplo, o fato de que a grande maioria dos pequenos empreendedores quebra já nos primeiros meses de atividade. Do mesmo modo, apagam-se também os sentidos de que o governo é o grande responsável pela crise financeira desencadeada pela pandemia, seja por sua omissão, seja por sua incapacidade de gestão do dinheiro público.

Para além do uso da palavra crise e de suas ressignificações, de modo geral, compreendemos que neste momento de pandemia a produção discursiva é multifacetada: responde a divergências que envolvem não apenas o combate à doença, mas também sua própria negação; defende a economia a pulsos firmes e para isso ampara-se na divulgação do desemprego para dar razão à flexibilização de leis trabalhistas; apoia-se nos discursos de tom empreendedor para eximir o Estado da responsabilidade com a manutenção dos postos de trabalho. Eis, desse modo, uma verdade construída para a crise neste momento, que difere de outras verdades construídas para crises anteriores.

## REFERÊNCIAS

ABDALA, V.; BRASIL, C.I. Taxa de desemprego cai no país e fecha 2019 em 11,9%. **Agência Brasil**, 2020. Disponível em: <  
[revista \*\*Linguagem\*\*, São Carlos, v.40, Número temático. Covid-19: uma pandemia sob o olhar das ciências da linguagem, 2021, p. 176-196. ISSN: 1983-6988](https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-01/taxa-de-desemprego-no-pais-fecha-2019-em-119#:~:text=Atualizado%20em%2031%2F01%2F2020,Geografia%20e%20Estat%20ADstica%20(IBGE).> Acesso em: 20 de out. de 2020.</a></p></div><div data-bbox=)

COURTINE, J-J. **Decifrar o corpo**: pensar com Foucault. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

EMPREENDEDORISMO no Brasil. **Global Entrepreneurship Research Association**, 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%c3%b3rio%20Executivo%20Empreendedoris mo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 20 de out. de 2020.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 21. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011. \_\_\_\_\_ . **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

GLOBO.COM. **Vamos Ativar o Empreendedorismo**. Página inicial. Disponível em <<https://vae.g1.globo.com/especial-publicitario/>>. Acesso em: 10 de out. de 2020.

LOPES, M. A. P. **A silhueta feminina entre pesos e medidas**. Araraquara: Letraria, 2018.

LUCIO, C. G. O novo mundo do trabalho é flexível, precário e inseguro. **Carta Social e do Trabalho**, Campinas, n.38, p.1-11, jul./dez. 2018.

SOUZA, K. M. Das condições de possibilidade dos discursos em Michel Foucault: uma breve análise do presente. In: FERNANDE JUNIOR, A.; STAFUZZA, G. B. (orgs.) **Discursividades contemporâneas**: política, corpo, diálogo. Campinas: Mercado de Letras, 2017. P. 101-129.

Submetido em: 29/11/2020.

Aprovado em: 24/04/2021.

### Como referenciar este artigo:

LOPES, Michelle Aparecida Pereira. A construção da verdade sobre crise em tempo de pandemia. **revista Linguagem**, São Carlos, v.40, Número temático. Covid-19: uma pandemia sob o olhar das ciências da linguagem, 2021. p. 176-196.