

“O Enem não vai te deixar rico!” Pedagogia empreendedora, ideologia neoliberal e projetos de futuro de jovens nos discursos do canal Digitalz Academy¹

Vander Casaqui²
Universidade Paulista – UNIP-SP

RESUMO

Este artigo tem como tema a pedagogia empreendedora, em abordagem comunicacional e crítica, no contexto do capitalismo de nosso tempo. Nesse sentido, analisamos os discursos do canal Digitalz Academy, constituído por *videocasts* protagonizados por e voltados para jovens. As produções desse canal propagam ensinamentos sobre trabalho, empreendedorismo, economia e negócios; simultaneamente, prescrevem modos de existência da juventude, por meio de projetos de vida e sonhos alinhados com os preceitos da sociedade neoliberal. Observamos, assim, a construção pedagógica da juventude empreendedora, baseada na ética pragmática e utilitarista do mercado.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; educação; juventude; empreendedorismo; discurso neoliberal.

INTRODUÇÃO

De acordo com Dolabela (2003, p. 32), “a Pedagogia Empreendedora é um dos instrumentos de que a comunidade pode dispor para aprender a formular o ‘sonho coletivo’, estabelecer uma proposta de futuro feita pela própria comunidade”. O autor, em sua abordagem educacional e instrumental, indica que a noção de pedagogia empreendedora está baseada, por um lado, em um projeto de futuro; por outro, representa uma utopia, um “sonho coletivo”, que deve ser construído pela “própria comunidade”. Descrita dessa forma, essa pedagogia se naturaliza, ganha um caráter comunitário e, principalmente, é desarticulada do capitalismo que é seu contexto, seu cenário operacional, sua bússola e seu compasso. Na conjunção de termos, aparentemente contraditórios, a racionalidade dos projetos de vida se associa a uma dimensão onírica; ambas as faces são unidas pela cultura do capitalismo de nosso tempo, que se afirma como processo social e histórico (Harvey, 2001).

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Educação, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM UNIP, email: vcasaqui@yahoo.com.br. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq, processo no. 311816/2022-3.

Este artigo tem como tema a pedagogia empreendedora, em abordagem comunicacional e crítica. Melo e Wolf (2015, p. 201) destacam dois aspectos críticos do que denominam *pedagogias privatizantes* – ou seja, que submetem a educação e o campo pedagógico às lógicas e projetos do capital. Por um lado, essa abordagem reforça uma formação alienante e subserviente, que exclui as possibilidades de transformação social, em troca de uma mera “adaptação à realidade”. Por outro, os ideais e abordagens da pedagogia empreendedora são apresentados de forma cativante, sedutora, aproximando esses discursos do espectro da autoajuda, que tem “conquistado corações e mentes de pedagogos e educadores em geral, além de ocupar espaços em universidades, em currículos de graduação e cursos de especialização e até mestrados e doutorados” (Melo; Wolf, 2015, p. 201).

Marín-Díaz (2015) aprofunda, em sua pesquisa, este segundo aspecto apontado acima, ao compreender a autoajuda para além de um gênero cristalizado. Nesse sentido, demonstra como os discursos da autoajuda possuem uma função pedagógica, ao interpelarem os sujeitos para que transformem a si mesmos, visando alcançar o sucesso e a felicidade. No contexto capitalista, esses objetivos são cada vez mais identificados com o imaginário social do empreendedorismo.

No contexto contemporâneo, identificamos que há um projeto de sociedade neoliberal em curso (Dardot; Laval, 2016), que se constitui como hegemonia; nesse sentido, formar indivíduos para se tornarem empreendedores se torna uma utopia pragmática do próprio capitalismo. O empreendedor é caracterizado como modelo ideal de nosso tempo; essa visão ganha força e outras configurações na atualidade, mas já está presente em obras de referência como o livro de Peter Drucker, “Inovação e espírito empreendedor” (2011; publicado pela primeira vez em 1985). Drucker, guru da administração e dos negócios, prega uma visão utópica, ao imaginar uma sociedade ideal do futuro constituída majoritariamente por empreendedores; sua visão expressa, em última instância, uma lógica evolucionista calcada na ideologia capitalista.

Boltanski e Chiapello (2009) demonstram que esse tipo de visão corresponde ao “espírito” de nosso tempo, em que o capitalismo renova sua retórica para abrigar sonhos, projetos de vida, e para promover o engajamento, especialmente de jovens, vistos como novos quadros que podem perpetuar o capitalismo projetado para o futuro. Nesse espectro, o empreendedorismo ultrapassa a dimensão dos negócios para se



caracterizar como um imperativo de nosso tempo: é preciso empreender, em todas as instâncias da vida, para alcançar o sucesso, a felicidade, para gerir com eficácia o próprio capital humano.

RECORTE DA PESQUISA, METODOLOGIA E RESULTADOS PRELIMINARES

A pedagogia empreendedora é discutida, em nosso trabalho, por meio de discursos que se propõem a educar jovens, no contexto das mídias digitais, para além da educação escolar formal. Com o objetivo de verificar como se constitui a articulação entre educação, empreendedorismo e ideologia neoliberal, analisamos os discursos do canal Digitalz Academy, protagonizado por e voltado para jovens. Por meio do formato de *videocasts*, presentes na plataforma digital YouTube (www.youtube.com/@digitalzacademybr), os jovens discutem, a partir de sua experiência, o papel da educação, do trabalho, da família, assim como seus projetos de vida e sonhos articulados a uma visão econômica da existência. O canal, aberto em abril de 2017, registra cerca de 243.000 visualizações, 3,89 mil inscritos e 81 vídeos (dados de 11 de abril de 2025).

A noção de discurso social de Angenot (2010) é a perspectiva teórico-metodológica que organiza nosso estudo. De acordo com o autor, os códigos hegemônicos de dada época podem ser analisados pelo espraiamento, pela difusão de suas lógicas por diversos agentes, que compartilham uma linguagem já dita, no sentido do dialogismo bakhtiniano. Dessa forma, o discurso social que corresponde ao nosso tempo está baseado na ideologia neoliberal, e se materializa na forma como o empreendedorismo é ressignificado pelo imaginário social. Em síntese, Angenot aponta que a hegemonia sinaliza o horizonte do que é pensável e dizível em dado contexto social; é nesse sentido que observamos os discursos propagados pelo Digitalz Academy, como narrativas que ecoam a ideologia neoliberal, transposta para o cenário da vida dos jovens.

O processo de análise foi iniciado pela identificação do contexto enunciativo, que inclui a autodefinição do canal Digitalz Academy no YouTube e a visão geral dos conteúdos ali disponíveis, que foram publicados a partir de 2024. Do total de 81 publicações do canal, 57 estão abrigadas na aba “*shorts*”, onde se localizam os

chamados “cortes” – fragmentos dos programas completos que se ajustam ao formato de outras plataformas digitais preferidas pelos jovens, como TikTok e Reels. Os cortes são trechos menores que um minuto, e servem à circulação mais ampla dos discursos do canal, pois são facilmente compartilháveis nas plataformas digitais – tanto que os vídeos mais vistos são dessa categoria. Esses fragmentos são trechos destacados, nos quais se encontra a síntese das prescrições, ou seja, das “lições” sobre empreendedorismo, dinheiro e marketing digital, o enfoque temático do Digitalz Academy.

O universo de 57 vídeos estudados inclui principalmente gravações no estúdio fixo, onde os apresentadores e seus convidados trocam ideias e experiências, no formato mais tradicional dos *videocasts*; em alguns programas também há pequenas “entrevistas”, tomadas externas em que os protagonistas do canal fazem perguntas para outros jovens nas ruas, para depois comentarem no estúdio. A abordagem do material, em termos analíticos, teve como objetivo compreender a presença do discurso neoliberal (Guilbert, 2020), que é baseada nos usos da *nova linguagem do capitalismo* (Leary, 2018) – identificável pela utilização de certos termos, argumentos, lógicas derivados do campo econômico e da cultura capitalista. As falas destacadas pelos cortes foram observadas e analisadas por meio da categorização dos eixos semânticos que organizam os aconselhamentos e prescrições – em outras palavras, a pedagogia dos discursos, ou os significados reiterados pelas narrativas do Digitalz Academy e que expressam sua ideologia para sua audiência, preferencialmente juvenil.

As narrativas estudadas promovem um estranhamento, pois são estabelecidas a partir de um paradoxo fundamental: os adolescentes que, em tese, seriam aprendizes em relação ao mundo do trabalho e da atividade empreendedora, assumem o papel de especialistas, replicando os discursos mais comumente associados a influenciadores, *coaches*, economistas adultos. O universo do aconselhamento transmuta a imagem da juventude por meio dos vídeos, produzindo o imaginário de um empreendedorismo juvenil como ideal para servir de modelo a outros jovens – a audiência projetada do canal.

Em diversos vídeos, vemos os apresentadores e entrevistados do *videocast* defendendo ideias como a frase replicada no título deste trabalho, e que identifica um dos vídeos analisados: se “o Enem não vai te deixar rico”, a escola passa a ser algo que se coloca como contraponto ao imaginário do empreendedorismo – que está associado à

liberdade, à felicidade, à possibilidade de enriquecer e fazer sucesso. O modelo de juventude apresentado pelos jovens do canal é baseado nas narrativas que constroem sobre suas próprias experiências; dessa forma, o ethos do especialista organiza das interlocuções e diálogos dos vídeos.

Essa abordagem, em síntese, vai delimitar a forma prescritiva como a ideologia neoliberal é transmitida pelos jovens do Digitalz Academy; configura-se, dessa forma, uma pedagogia para o empreendedorismo que vale para a infância, para a adolescência, para a vida como um todo, em qualquer idade. Essa pedagogia é pautada pelos discursos de autoajuda, que tanto interpela os jovens para que empreendam desde já, deixando de lado a escola para privilegiar seus projetos de negócios; quanto desenham um futuro colonizado pela racionalidade do capitalismo, pela forma pragmática de estimular a imaginação, restrita ao pragmatismo, ao individualismo, à competitividade e à sobrevivência em um mercado instável, flexível e corrosivo do caráter, como discute Sennett (2007).

REFERÊNCIAS

- ANGENOT, M. **El discurso social: los limites históricos de lo pensable y lo decible**. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- GUILBERT, T. **As evidências do discurso neoliberal na mídia**. Campinas: Editora Unicamp, 2020.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2001.
- LEARY, J. P. **Keywords: the new language of capitalism**. Chicago: Haymarket Books, 2018.
- MARÍN-DÍAZ, D. L. **Autoajuda, educação e práticas de si: genealogia de uma antropotécnica**. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.



MELO, A. de; WOLF, L. A pedagogia vai ao porão: notas críticas sobre as assim chamadas “pedagogia empresarial” e “pedagogia empreendedora”. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, SP, v. 14, n. 59, p. 191–203, 2015. DOI: 10.20396/rho.v14i59.8640356.

SENNETT, R. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2007.