REDIS: REVISTA DE ESTUDOS DO DISCURSO
https://doi.org/10.21747/21833958/red18a9

A construção neoliberal do sucesso empreendedor e seus impactos no contexto da educação: uma análise crítica do discurso de Pablo Marçal

GABRIELA PEREIRA JARDIM SANTIAGO

gabriela.jardim@sou.unifal-mg.edu.br

Licenciada em Letras (Português e Literaturas de Língua Portuguesa) pela Universidade Federal de Alfenas, Brasil.
ORCiD: https://orcid.org/0009-0003-8210-1904

FLAVIANE FARIA CARVALHO

flaviane.carvalho@unifal-mg.edu.br

Doutora em Linguística Aplicada pela Universidade de Lisboa, Portugal (2012)
Professora Adjunta da Universidade Federal de Alfenas, Brasil.
ORCiD: https://orcid.org/0000-0002-0663-670X

PALAVRAS-CHAVE:

Análise Crítica do Discurso
Educação
Neoliberalismo
Empreendedorismo
Pablo Marçal.

ARTIGO RECEBIDO A:

20/02/2026

ARTIGO APROVADO A:

11/07/2026

Resumo: Este trabalho analisa como o discurso de Pablo Marçal contribui para a consolidação de um imaginário social em que a educação é secundarizada diante da centralidade conferida ao empreendedorismo. A pesquisa questiona os ideais neoliberais de sucesso disseminados pelas mídias sociais, que deslocam a educação de seu caráter emancipatório. O corpus é composto por enunciados do ex-candidato à prefeitura de São Paulo em 2024, extraídos do TikTok, cujos discursos apontam para a difusão de valores neoliberais nas formações discursivas da sociedade contemporânea. O referencial teórico adotado é a Análise Crítica do Discurso de Norman Fairclough (2016), que compreende o discurso como prática social e examina as relações entre linguagem, poder e ideologia, em interface com as Ciências Sociais (Sennett, 2015) e a Educação (Gentili, 1996). A metodologia segue o modelo tridimensional da ACD, articulando dimensão textual, prática discursiva e prática social, para compreender como se produzem sentidos que reforçam a lógica neoliberal e reconfiguram o papel social da educação. Os resultados apontam para a recorrência do controle interacional, marcado por coloquialidade, gírias e modalizações categóricas intensificadas por gradações, sustentando afirmações sem base empírica e fundamentadas em um discurso meritocrático. Conclui-se que tais estratégias sustentam um discurso ideológico que naturaliza a desigualdade social sob o disfarce do mérito.

The neoliberal construction of entrepreneurial success and its impacts on the educational context: a critical analysis of Pablo Marçal's discourse

GABRIELA PEREIRA JARDIM SANTIAGO

gabriela.jardim@sou.unifal-mg.edu.br

Bachelor's degree in Portuguese and Portuguese Literature from Universidade Federal de Alfenas, Brazil.
ORCiD: https://orcid.org/0009-0003-8210-1904

FLAVIANE FARIA CARVALHO

flaviane.carvalho@unifal-mg.edu.br

PhD in Applied Linguistics from Universidade de Lisboa, Portugal (2012).
Associate Professor at Universidade Federal de Alfenas, Brazil.
ORCiD: https://orcid.org/0000-0002-0663-670X

KEYWORDS:

Critical Discourse Analysis
Education
Neoliberalism
Entrepreneurship
Pablo Marçal.

ARTICLE RECEIVED ON:

02/20/2026

ARTICLE ACCEPTED ON:

07/11/2026

Abstract: This study analyzes how the discourse of Pablo Marçal contributes to the consolidation of a social imaginary in which education is subordinated to the centrality attributed to entrepreneurship. The research questions the neoliberal ideals of success disseminated through social media, which displace education from its emancipatory character. The corpus consists of statements by the former candidate for mayor of São Paulo in 2024, extracted from TikTok, whose speeches point to the diffusion of neoliberal values within the discursive formations of contemporary society. The theoretical framework adopted is Norman Fairclough's (2016) Critical Discourse Analysis, which understands discourse as social practice and examines the relationships between language, power, and ideology, in dialogue with the Social Sciences (Sennett, 2015) and Education (Gentili, 1996). The methodology follows the three-dimensional model of CDA, articulating textual dimension, discursive practice, and social practice in order to understand how meanings are produced that reinforce neoliberal logic and reconfigure the social role of education. The results indicate the recurrence of interactional control marked by colloquial language, slang, and categorical modalizations intensified by gradation, supporting claims without empirical basis and grounded in a meritocratic discourse. It is concluded that such strategies sustain a meritocratic discourse that naturalizes social inequality under the guise of merit.

Introdução

No contexto neoliberal contemporâneo, o discurso do empreendedorismo tem se consolidado como uma narrativa hegemônica de ascensão social, frequentemente em detrimento da educação formal. Esse discurso tem sido disseminado atualmente, sobretudo, por *influencers* digitais e *coaches* motivacionais, que se apresentam como exemplos de sucesso. Em suas narrativas, valorizam trajetórias individuais caracterizadas por esforço pessoal e autossuperação, desconsiderando as desigualdades estruturais que condicionam as oportunidades sociais.

Esta pesquisa deu enfoque especial ao influenciador digital Pablo Marçal, dada a sua crescente repercussão nacional, especialmente após sua candidatura à prefeitura de São Paulo, nas eleições de 2024, pelo Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB). O "ex-*coach*" e empresário se consolidou como uma figura central na propagação do discurso empreendedor, cujas falas atingem grande público e possuem alto potencial de influência social. A ampla repercussão e o alto engajamento gerados por suas falas nas mídias sociais fazem de Marçal um caso exemplar para compreender de que maneira o discurso do empreendedorismo se articula, se fortalece e disputa espaço com a noção de educação como instrumento legítimo de ascensão social.

Nesse cenário, torna-se relevante investigar como essas narrativas são construídas, disseminadas e legitimadas em espaços midiáticos, de modo a reforçar ou reconfigurar a percepção social acerca do papel da educação. Em virtude disso, a presente pesquisa teve por objetivo geral analisar e discutir como o discurso de Pablo Marçal contribui para a consolidação de um imaginário social em que a

educação tende a ser secundarizada diante da centralidade conferida ao empreendedorismo. Para tanto, foram delineados os seguintes objetivos específicos:

1) identificar os sentidos que estruturam essa perspectiva, descrevendo de que forma essas formulações são legitimadas em sua fala, e

2) examinar os impactos dessa prática social na compreensão social do papel da educação na contemporaneidade.

O referencial teórico-metodológico deste estudo ancora-se na Análise Crítica do Discurso (doravante ACD), que concebe o discurso como prática social, uma arena de disputas de poder e dominação e, ainda, um dispositivo de construção social da realidade. De caráter transdisciplinar, a ACD, nesta pesquisa, dialogou com os campos das Ciências Sociais (Sennett, 2015) e da Educação (Gentili, 2015), o que oportunizou desvelar pistas de manifestações discursivas naturalizadas e opressoras no discurso analisado de Marçal.

A escolha pelos cortes de vídeos publicados no TikTok, nos quais Pablo Marçal fala sobre temas ligados à educação, deve-se ao fato de que essa plataforma se consolidou, sobretudo durante e após a pandemia da covid-19, como um dos principais meios de circulação de conteúdo entre jovens e adultos. No entanto, a seleção desses cortes para esta pesquisa também está diretamente relacionada à ação de investigação judicial eleitoral movida pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB), que levou à suspensão das redes do candidato, sob a acusação de ter buscado a monetização de seus discursos por meio de terceiros interessados, ou seja, Marçal financiava a publicação desses cortes para

CC BY

ampliar sua visibilidade. Por isso, esta pesquisa busca analisar as falas propagadas pelo ex-candidato à prefeitura de São Paulo em 2024, Pablo Marçal, sobretudo no que se refere à sua concepção da educação como meio de ascensão social, considerando como esses enunciados, ancorados em valores neoliberais, desloca a centralidade da educação em direção a um ideal de sucesso empreendedor. Ao examinar esse movimento discursivo, busca-se compreender os efeitos dessa perspectiva sobre a função da educação, em um contexto em que seu papel emancipatório vem sendo progressivamente negado. Os recortes foram coletados na plataforma TikTok, a partir da busca com a palavra-chave "Pablo Marçal discorrendo sobre educação e empreendedorismo", contemplando conteúdos publicados entre 2023 e 2025.

Cabe destacar que os vídeos selecionados alcançaram entre 457,7 mil e 1,1 milhão de visualizações, além de registrarem milhares de compartilhamentos e curtidas, o que reforça o alcance e o potencial de influência dessas falas na esfera pública. Esse recorte amplia a relevância da investigação, ao evidenciar como práticas de impulsionamento digital e estratégias retóricas de empreendedorismo, condensadas em conteúdos curtos e de grande alcance, reforçam visões utilitárias da educação, influenciam a formação de opinião e se inserem em disputas ideológicas e políticas no espaço público – sugerindo que a circulação acelerada desses discursos pode favorecer leituras da educação mais alinhadas à lógica do desempenho utilitário do que ao seu potencial emancipatório.

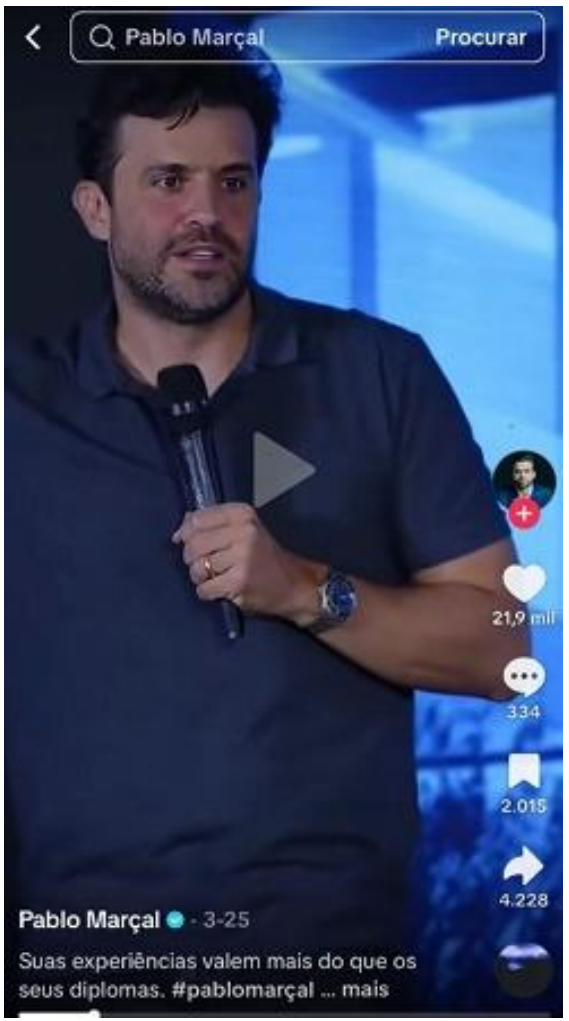
Para ilustrar os eventos discursivos analisados, apresentam-se a seguir as FIGURAS 1, 2 e 3, correspondentes aos vídeos selecionados para a análise.

FIGURA 1 – Captura de tela do vídeo disponível no TikTok.



Fonte: Toda Hora Motivado.

FIGURA 2 - Captura de tela do vídeo disponível no TikTok.



Fonte: Perfil oficial de Pablo Marçal.

FIGURA 3 - Captura de tela do vídeo disponível no TikTok.



Fonte: Talk Tok Cortes.

CC BY

Para além desta introdução, o artigo está organizado da seguinte forma: a primeira seção aborda o discurso neoliberal na contemporaneidade; a segunda seção apresenta o referencial teórico e as categorias metodológicas da Análise Crítica do Discurso, seguida da análise do corpus extraído dos discursos de Pablo Marçal; por fim, a última seção traz as reflexões finais da pesquisa.

1. O discurso neoliberal na contemporaneidade

O discurso neoliberal, intensificado pela globalização e pelos avanços tecnológicos, constitui-se como uma racionalidade que reorganiza práticas sociais e subjetividades. Ao apropriar-se de vocábulos como inovação, flexibilidade e empreendedorismo, produz efeitos de sentido que naturalizam a lógica da competição permanente. Como observa Sennett:

> A expressão 'capitalismo flexível' descreve hoje um sistema que é mais que uma variação sobre um velho tema. [...] Pede-se aos trabalhadores que sejam ágeis, estejam abertos a mudanças a curto prazo, assumam riscos continuamente, dependam cada vez menos de leis e procedimentos formais (Sennet, 2015, p. 13).

Nesse processo, a figura do "sujeito-empresa", isto é, sujeito concebido como empresário de si, categoria desenvolvida por Foucault para definir o *homo oeconomicus*[1] neoliberal (Vasconcelos, 2015), emerge como central: o indivíduo passa a ser designado como responsável exclusivo por gerir riscos e otimizar rendimentos, o que desloca para a esfera pessoal problemas que têm origem em contradições estruturais.

De acordo com Sena e Gusman (2020), outro traço relevante do discurso neoliberal na contemporaneidade é reconhecer que o neoliberalismo não deve ser entendido apenas como um conjunto de políticas econômicas. Como afirmam Dardot e Laval (2016, p. 7), "trata-se de um sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas as relações

1. O *homo oeconomicus*, na concepção foucaultiana, é uma forma de subjetivação produzida pelo neoliberalismo na qual o indivíduo passa a ser entendido não mais como um sujeito de troca ou de consumo, mas como uma empresa em si mesmo. Em vez de agir como um trabalhador ou cidadão dotado de direitos, ele é convocado a se comportar como um agente de investimento permanente, orientado por cálculos de risco, desempenho, produtividade e retorno (Foucault, 2008 *apud* Silva, 2022, p.38).

CC BY

sociais e a todas as esferas da vida". Nessa perspectiva, a Análise Crítica do Discurso permite revelar como o neoliberalismo se sustenta menos pela imposição direta e mais por estratégias de persuasão, que produzem consensos e moldam percepções sociais.

No plano simbólico, esse discurso reconstrói noções fundamentais de cidadania e liberdade. Como afirma Sennett (2015), atualmente, a flexibilidade é vista como uma forma de aliviar a pressão e o controle exercido pelo capitalismo. Ao reduzir estruturas rígidas e permitir que as pessoas assumam riscos, ela promete dar mais autonomia para que cada indivíduo decida como conduzir sua própria vida.

Da mesma forma, ao transformar liberdade em sinônimo de concorrência, esta concepção institui um sujeito autogerido (Foucault, 2008) que deve investir continuamente em si mesmo e adaptar-se às exigências do mercado. Nesse movimento, o neoliberalismo mascara desigualdades estruturais ao apresentá-las como falhas individuais, reforçando a lógica da meritocracia. No entanto, essas disparidades não resultam apenas de escolhas individuais, mas de estruturas sociais desiguais [2] historicamente construídas (Silva & Ferreira, 2020).

Feito esse breve preâmbulo, a próxima seção busca compreender como o neoliberalismo e a educação se entrelaçam na contemporaneidade.

1.1. Neoliberalismo e educação

Segundo Gentili (1996), a educação constitui-se hoje como um dos principais espaços de materialização da lógica neoliberal. Nesse sentido, a crise educacional não é atribuída à desigualdade de acesso, mas à suposta "ineficiência" das instituições. A educação passa a ser representada como incapaz de responder às exigências do mercado de trabalho e, portanto, deve ser reconfigurada

2. De acordo com Oliven (2007), as ações afirmativas, como as cotas, por exemplo, buscam proteger grupos discriminados no passado, buscando corrigir desigualdades produzidas por essas estruturas, e não por apenas esforços ou méritos individuais, propagados amplamente nas mídias sociais.

CC BY

segundo padrões empresariais. Assim, Gentili (1996, p.4-5) expõe que "os sistemas educacionais contemporâneos não enfrentam, sob a perspectiva neoliberal, uma crise de democratização, mas uma crise gerencial".

Esse cenário revela uma contradição central: se a educação é reduzida à mera preparação para o mercado, por que as elites brasileiras continuam investindo para que seus filhos frequentem as melhores escolas e universidades, nacionais e internacionais? A resposta sugere que a educação, para além de sua dimensão econômica, continua sendo espaço de produção de capital cultural (Bourdieu, 1998) e de reprodução de privilégios. Esse paradoxo convida a uma reflexão crítica: o que se perde quando a educação é esvaziada de seu caráter emancipatório e reduzida à ferramenta de adaptação ao mercado?

Faz-se oportuna, portanto, uma análise acerca dessa questão. Para isso, é fundamental entender os espaços nos quais esse discurso empreendedor é disseminado como, por exemplo, por meio dos *influencers* digitais, que o propagam amplamente nas mídias sociais.

1.2. O discurso dos influencers e a relação com o empreendedorismo

O discurso dos influenciadores digitais e dos empreendedores se articula em um fenômeno típico da contemporaneidade, pautado pela valorização da imagem e da performance individual. Segundo Recuero (2014, p. 78 *apud* Costa, 2025, p. 4), esses agentes são "usuários que constroem uma audiência expressiva e engajada nas redes sociais, tornando-se referências em determinados nichos".

Os *influencers* são indivíduos que conquistam visibilidade e prestígio nas redes sociais por meio da produção constante de conteúdo. Seu poder está no capital simbólico (Bourdieu, 2007) que

acumulam: seguidores, curtidas, engajamento e credibilidade. Esses elementos conferem autoridade discursiva, ou seja, permitem que suas falas circulem nas plataformas digitais com maior legitimidade e impacto social.

Como ressaltam Fiorini e Carvalho (2019), na prática, o discurso dos *influencers* está fortemente ligado à ideologia neoliberal e ao culto do "eu empreendedor". Eles não só vendem produtos, mas também estilos de vida, promovendo uma narrativa de sucesso individual, autossuficiência e meritocracia. De acordo com Costa:

> É essencial entender como suas mensagens impactam o comportamento econômico e político dos cidadãos, tendo em vista que essas narrativas podem servir não apenas como um guia para a gestão financeira, mas também como uma ferramenta de naturalização de determinados discursos políticos, como a liberdade econômica ou a meritocracia, por exemplo, que acabam por ocultar desigualdades e promover uma visão neoliberal da sociedade (Costa, 2025, p. 4-5).

Nesse contexto, a figura do empreendedor é apresentada como superior à do trabalhador assalariado, visto que representa liberdade, liderança e sucesso financeiro, ao passo que o "empregado" é associado à dependência e à subordinação (Lima, 2024).

Antes de proceder à análise do discurso de Marçal e identificar seus aspectos textuais, discursivos e sociais, é preciso tornar clara a base teórica e as categorias metodológicas nas quais se baseiam a ACD.

2. Análise Crítica do Discurso: teoria e categorias metodológicas

De acordo com Melo (2009), Fairclough não concebe a Análise Crítica do Discurso como um simples método epistemológico de descrição da língua, mas como uma ferramenta voltada para o enfrentamento das desigualdades sociais.

CC BY

Nesse sentido, o pesquisador não pode se colocar em uma posição de neutralidade, pois tal postura significa, de fato, alinhar-se às estruturas de poder que se deseja compreender. Assim, a ACD é assumida por ele como prática engajada, em que a parcialidade diante do objeto não é vista como falha metodológica, mas como posicionamento ético e político:

> Ela [a ACD] tem se apresentado como um instrumental teórico para a análise das práticas discursivas que engendram as relações de poder, as representações e identidades sociais e os sistemas de conhecimento e crença, ou seja, "os analistas críticos do discurso pretendem mostrar o modo como as práticas linguístico-discursivas estão imbricadas com as estruturas sociopolíticas mais abrangentes de poder e dominação" (Kress, 1990, p. 85 *apud* Melo, 2009, p. 9).

A partir dessa concepção, o discurso deve ser entendido como um modo de ação social capaz de produzir efeitos concretos sobre o mundo e sobre os sujeitos. Por isso, a tarefa da ACD é revelar como práticas discursivas podem tanto reproduzir relações de dominação quanto servir de espaço para resistência, contrapoder e contraideologia (Fernandes, 2014).

Essa perspectiva, de caráter qualitativo, se ancora na compreensão de que o mundo é constituído pela atribuição de significados produzidos pelos atores sociais em suas interações. Os sentidos não existem de forma objetiva e isolada, mas emergem da intencionalidade dos sujeitos e de sua prática discursiva (Fernandes, 2014). É nesse ponto que se explicita a dimensão da proposta de Fairclough (2001), segundo a qual compreender a linguagem como prática social implica reconhecer que a análise do discurso não pode prescindir da ação humana na produção de sentidos, nem da disputa política que atravessa a própria construção do conhecimento. Ou seja, quando dizemos que a linguagem é uma prática social, estamos afirmando que ela não é apenas um sistema abstrato de

regras gramaticais, mas algo que acontece na vida concreta das pessoas, dentro de relações de poder, instituições e contextos sociais. Isso significa que o discurso sempre envolve sujeitos que atribuem sentidos às coisas, e esses sentidos não são neutros, eles carregam intenções, interesses, posições sociais e ideológicas.

Em conformidade com Fernandes (2014), o modelo tridimensional de análise do discurso, proposto por Norman Fairclough, constitui o primeiro aparato teórico-metodológico da Análise Crítica do Discurso e marca uma das bases mais influentes dessa perspectiva de pesquisa. Esse modelo foi originalmente apresentado no capítulo "Teoria social do discurso", no livro *Discourse and Social Change* (Fairclough, 1992), e posteriormente reformulado e aprofundado, especialmente a partir da publicação de *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis* (1999), de Lilie Chouliaraki e Norman Fairclough. Essa reformulação representa uma mudança teórico-metodológica significativa na ACD, decorrente do aprofundamento do diálogo com a Teoria Social Crítica e, em relevância, com o Realismo Crítico (RC), reafirmando que:

> [...] o modelo tridimensional é fruto de seu objetivo de "reunir a análise de discurso orientada linguisticamente e o pensamento social e político relevante para o estudo da linguagem". Segundo o autor, o modelo tridimensional de análise é um recurso para o estudo da mudança social em pesquisas sociais" (Fairclough, 2001, p. 89 *apud* Fernandes, 2014 p. 92).

A partir desse diálogo, o conceito de discurso na ACD passa a ser compreendido não apenas como texto ou prática comunicativa isolada, mas como uma prática social que articula linguagem, poder e ideologia (Fairclough, 2016). Para dar conta dessa articulação, Fairclough (2016) propõe um modelo tridimensional que reúne a análise em três dimensões inter-relacionadas e superpostas: texto, prática discursiva e prática social.

CC BY

A dimensão textual corresponde à análise das escolhas linguísticas propriamente ditas, etapa que o autor identifica como o momento da "descrição", isto é, o exame formal do texto (Fairclough, 2016). Essa dimensão, no entanto, não se separa de forma nítida da dimensão da prática discursiva, que trata dos processos de produção, distribuição e consumo do texto, já que a forma como um texto é construído já carrega marcas de como ele é produzido e interpretado socialmente. Por isso, as três dimensões do modelo devem ser compreendidas não como categorias estanques, mas como um quadro analítico, no qual os se complementam. No plano textual, especificamente, a análise volta-se para aspectos como gramática, vocabulário e escolhas estilísticas, buscando compreender como tais elementos revelam práticas e rotinas sociais naturalizadas, nas quais valores e ideologias se manifestam de forma implícita. Nesse modelo o texto é visto como detentor de traços e pistas de rotinas sociais que, muitas vezes, passam despercebidas em consequência do processo de naturalização (Fernandes, 2014).

Já a dimensão da prática discursiva diz respeito a como o texto é gerado, colocado em circulação e recebido pelo público, aspectos cuja configuração varia conforme o tipo de discurso e os fatores sociais em jogo (Fairclough, 2016). Nessa dimensão, ganham relevância a interdiscursividade e a intertextualidade, que ligam a prática discursiva ao próprio texto por meio da presença de outras vozes e referências no interior do discurso, além da coerência, associada à forma como o texto é consumido e interpretado (Fairclough, 2016). Conforme Fernandes (2014), essa dimensão considera ainda o contexto comunicativo em que o discurso é produzido, analisando quem fala, para quem, em quais circunstâncias e com quais intenções, ao passo que a força e a coerência discursiva garantem a clareza e o impacto do texto. Assim, essa etapa da análise permite compreender como os textos circulam socialmente e como são reinterpretados em diferentes contextos (Fernandes, 2014).

Por fim, a dimensão da prática social situa o discurso em relação à ideologia e ao poder, compreendido este último como hegemonia, concepção segundo a qual a evolução das relações de poder se dá como luta hegemônica. Nessa dimensão, o discurso é examinado quanto ao modo como sustenta ou contesta relações de dominação, a partir de contribuições clássicas sobre ideologia, como a de que ela possui existência material nas práticas das instituições e de que essas instituições funcionam como marcos delimitadores na disputa pelo poder (Fairclough, 2016). Nessa fase, busca-se compreender como o texto, enquanto parte de uma prática discursiva, reflete e sustenta elementos ideológicos e hegemônicos presentes no contexto social. A investigação ultrapassa o nível linguístico e interpretativo, examinando como os sentidos produzidos estão vinculados a relações de poder, dominação e desigualdade, revelando de que modo a linguagem contribui para manter ou transformar as práticas sociais.

Assim, o modelo tridimensional propõe uma análise integrada, em que o discurso é simultaneamente texto, prática discursiva e prática social. Essa abordagem permite compreender como as formas linguísticas se articulam a processos sociais mais amplos, revelando as maneiras pelas quais o discurso produz e reproduz significados, relações de poder e identidades (Fernandes, 2014).

Ainda que essas três dimensões se expressem de forma conjunta no discurso, optou-se, para fins metodológicos, por apresentá-las separadamente e em uma ordem que privilegia a compreensão progressiva do objeto analisado: prática discursiva, textual e, por fim, prática social. Essa inversão em relação à ordem de apresentação do referencial teórico justifica-se pela necessidade de situar o vídeo em seu contexto de produção, circulação e consumo antes de se examinarem as escolhas linguísticas propriamente ditas, de modo que os traços textuais identificados já possam ser lidos à luz do contexto discursivo previamente estabelecido. A dimensão da prática social, por sua vez,

CC BY

encerra a análise, articulando os achados anteriores às relações de poder, ideologia e hegemonia mais amplas que atravessam o discurso investigado.

Sustentada, portanto, pela metodologia de análise tridimensional proposta por Fairclough, damos início à investigação do discurso de Marçal.

2.1. Analisando o discurso do ex-candidato à Prefeitura de São Paulo, Pablo Marçal

Muito antes de sua candidatura à Prefeitura de São Paulo, em 2024, Marçal vem se destacando por proferir um discurso centrado no empreendedorismo, fortemente alinhado a ideias neoliberais. Nesse contexto, passou a lucrar milhões com a venda de cursos - de acordo com O Globo, em uma notícia publicada no dia 8 de setembro de 2024[3], Pablo Marçal teria acumulado uma fortuna de R$ 169, 5 milhões – e chegou a ser judicialmente proibido de monetizar terceiros para que divulgassem recortes de seus vídeos nas mídias sociais. Ademais, conforme noticiado pela Gazeta do Povo em 26 de agosto de 2024[4], suas contas foram suspensas por violar regras eleitorais que proíbem candidatos de pagar para que outros perfis promovam propaganda eleitoral em seu favor.

Como já mencionado na seção inicial deste artigo, os três vídeos transcritos para análise foram retirados da plataforma TikTok. A primeira transcrição mostra Pablo Marçal em pé, utilizando um microfone de cabeça preso à orelha e posicionado próximo à boca, em um ambiente que se assemelha a uma palestra ou curso. O enquadramento foca apenas no orador, que fala de forma contínua, enquanto não se ouvem outras vozes, sugerindo um modelo comunicativo centrado em sua fala, reforçando a postura de autoridade típica desse tipo de apresentação:

3. Disponível em: https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2024/09/08/igreja-e-coaching-como-pablo-marcal-pavimentou-fortuna-de-r-1695-milhoes.ghtml

4. Disponível em: https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/diogo-schelp/a-suspensao-das-redes-sociais-de-pablo-marcal-nao-e-censura-mas-efeito-e-pifio/

CC BY

> **1.º vídeo:** "A faculdade, com o Lula ganhando,vai ficar hypada de novo, vão aumentar os números de *campus*. Só pra você entender: um cara que não conhece nada de ensino, um cara que é analfabeto, foi o que mais criou faculdades no país. Vocês sabem o que está por trás do jogo da faculdade ou não? Criação de militantes! 'Pablo, me explica melhor.' Vou explicar, porque eu tenho clareza nisso, e você vai ficar escandalizado: a Austrália, que é um país de primeiro mundo, 70% do povo não quer fazer faculdade. Pergunta por quê. Porque a faculdade é um caminho mercadológico, não é um caminho de empreendedorismo. Então, 70% das pessoas na Austrália não vão para a faculdade. Mas o Lula voltando, infelizmente, vai continuar multiplicando recursos nisso. Parece bom demais, só que hoje a gente tem um déficit gigantesco de dez milhões de pessoas com diploma que não usam o diploma pra nada. Agora é engenharia: passou as obras da Copa, todo mundo está no Uber. O que significa isso? Isso vai virando um sonho dentro do inconsciente coletivo, e aí, por muitos anos, todo mundo fica pensando: 'eu tenho que fazer faculdade, eu tenho que pagar faculdade, eu tenho que morrer por causa dessa faculdade'. Terminou a faculdade? Você é um incompetente! Você não sabe vender, não sabe se comunicar, não sabe modelar, não tem *network*, não tem nada! Talvez eu crie uma faculdade ainda, mas vou te falar: lá eu vou ensinar tudo isso, contrariando tudo que qualquer faculdade ensina. Você pode fazer qualquer curso numa faculdade, que não te ensinam a empreender. É um modelo de negócio para manter o povo sempre com a mente passiva."

Dimensão discursiva

O vídeo foi publicado na plataforma TikTok, contando com 1,1 milhão de visualizações e alta taxa de engajamento, indicando que o público-alvo é majoritariamente jovem, conectado digitalmente e suscetível a formatos rápidos e persuasivos. O uso de jargões e gírias ("hypada", "cara"), portanto, reforça a identificação com esse público. O enunciador se posiciona como "aquele que esclarece" ("'Pablo, me explica melhor'. Vou explicar, porque eu tenho clareza nisso, e você vai ficar escandalizado"), estabelecendo autoridade didática sobre o tema, enquanto questiona outros atores sociais e políticos, como universidades e o atual presidente Lula ("a faculdade, com o Lula

CC BY

ganhando, vai ficar hypada de novo, vão aumentar os números de *campus*"). Há intertextualidade com debates sobre política educacional, expansão de universidades e relação entre educação e mercado, refletindo o entrelaçamento do que Fairclough (2016) chama de ordens do discurso (educação, política, economia) para legitimar a perspectiva do interlocutor. Conforme Silva, Maia e Muller (2020):

> pode se considerar uma ordem do discurso como a faceta discursiva do equilíbrio contraditório e instável que constitui uma hegemonia, e a articulação e rearticulação de ordens do discurso são, consequentemente, um marco delimitador na luta hegemônica" (Fairclough, 2016, p. 129 *apud* Silva; Maia; Muller, 2020, p. 97).

O discurso faz uso de pressuposições ideológicas, isto é, ideias tomadas como já estabelecidas e que passam a ser tratadas como verdades evidentes. Como explica Fairclough (2001):

> pressuposições são proposições que são tomadas pelo produtor do texto como já estabelecidas ou dadas. Essas pressuposições deixam marcas nos textos que podem ser identificadas. [...] Um ponto a ressaltar quanto ao uso de pressuposições é que elas não apenas trazem outras vozes para o texto, mas também podem, ideologicamente, tratar aspectos do mundo social como 'senso comum', quando na realidade tais aspectos são apenas representações dotadas de intencionalidade específica (Fairclough, 2001, p.155 *apud* Fernandes, p. 114-115).

Assim, a narrativa analisa a expansão do ensino superior a partir de pressupostos que associam esse processo à manipulação política e à produção de "militantes", articulando tais ideias por meio de perguntas retóricas e respostas apresentadas como fatos ("vocês sabem o que está por trás do jogo da faculdade, ou não? Criação de militantes!"), sem base empírica ou fontes verificáveis.

Dimensão textual

No plano linguístico, o discurso apresenta modalização de certeza e autoridade, como em "vou explicar, porque eu tenho clareza nisso", reforçando a posição do enunciador como detentor do conhecimento exclusivo. Conforme já mencionado, observa-se o uso estratégico de gírias e jargões de internet ("cara", "hypada"), que funcionam como marcadores de proximidade e identificação com o público jovem, bem como atualizam o discurso para o formato midiático.

A estrutura é oral, fragmentada e conversacional, com alternância entre perguntas retóricas e respostas ("'Pablo, me explica melhor.' Vou explicar") proferidas pelo próprio enunciador, criando ilusão de diálogo e reforçando o controle interacional, assim como em "só para você entender". Observa-se, ainda, o emprego da repetição enfática em trechos como "um cara que não conhece nada de ensino, um cara que é analfabeto", reforçando a crítica e dramatizando a avaliação negativa do sujeito.

A polidez discursiva, entendida como "um conjunto de estratégias utilizadas pelos participantes do discurso para mitigar atos de fala potencialmente ameaçadores às suas próprias faces" (Fairclough, 2001, p. 55 *apud* Fernandes, 2014, p. 203) é quase inexistente, assumindo uma postura provocativa e assertiva, característica de uma hegemonia discursiva que não admite contestação, mesmo carecendo de argumentos consistentes e fundamentados. Essa ausência de polidez se evidencia, por exemplo, em: "Terminou a faculdade? Você é um incompetente! Você não sabe vender, não sabe se comunicar, não sabe modelar, não tem *network*, não tem nada!", em que o interlocutor é diretamente atacado e desqualificado, sem espaço para diálogo ou reconhecimento da alteridade.

CC BY

Dimensão social

O discurso de Marçal articula uma ideologia capitalista contemporânea, reinterpretando a educação formal sob o prisma da eficiência mercadológica e caracterizando a faculdade como um "modelo de negócio para manter o povo sempre com a mente passiva". De acordo com Sennett (2015), o "novo capitalismo" se apresenta como uma ruptura inédita em relação ao modelo fordista do século XX. Essa ruptura é sustentada por conceitos como flexibilização e competitividade que, sob a aparência de modernização, mascaram a substituição de vínculos estáveis por uma lógica de instabilidade.

A expansão do ensino superior é apresentada por Marçal como instrumento de dominação, enquanto o empreendedorismo é posicionado como única via legítima de emancipação. A análise evidencia relações de poder e hegemonia discursiva, naturalizando a ideia de que o conhecimento acadêmico é insuficiente e que o sucesso depende de habilidades práticas não ensinadas pelas universidades. Além disso, o discurso se insere no contexto político polarizado do Brasil pós-eleições, refletindo tensões ideológicas em torno do governo Lula e da educação, valendo-se dos recursos da cultura digital para maximizar alcance, viralidade e influência sobre o público-alvo.

O segundo vídeo, por sua vez, publicado em seu perfil oficial, também apresenta Pablo Marçal falando em pé, mas, diferentemente do anterior, ele segura o microfone com as mãos. O enquadramento permanece centrado no orador, sem participação de outras vozes, mantendo o modelo comunicativo unidirecional:

> **2.º vídeo:** "Por que tem um monte de gente que não terminou a escola e ficou muito rico, e os que terminaram não ficam de jeito nenhum? E os que terminam a faculdade? Deixa eu contar um segredo pra vocês: se você termina a faculdade, a cada etapa concluída dentro do formato de ensino desse século... terminou o ensino médio? Já diminuiu bastante a sua possibilidade de ser

> bilionário. Terminou a faculdade? Aí caiu drasticamente. Fazer mestrado? Vai só caindo... Doutorado? Não vai! Tô te falando, não vai! A não ser que você seja inventor ou tenha uma patente de alguma coisa. Fora essa possibilidade, esquece! Cada coisinha que você vai fazendo... 'Olha o Marçal exaltando a ignorância' — não, moço! É levar para o empreendedorismo, acessar lugares, viver experiências e se desafiar. Pega seus diplomas, coloca numa balança: vai dar dez gramas. Pega suas experiências: dez toneladas! Eu compraria experiências em vez de comprar um diploma. Eu compraria muitas experiências em vez de um diploma."

Dimensão discursiva

O vídeo foi distribuído no TikTok, com alto engajamento (464,2 mil visualizações, 22,2 mil curtidas e milhares de compartilhamentos), direcionado a um público jovem interessado em empreendedorismo e críticas à educação formal. O enunciador se apresenta como detentor do conhecimento verdadeiro e absoluto, novamente recorrendo à estratégia discursiva do controle interacional, qual seja: ele antecipa uma afirmação contra si mesmo ("'Olha o Marçal exaltando a ignorância' — não, moço!") para depois poder contra-argumentar e se defender, orientando o público a uma interpretação específica. O texto combina ordens do discurso distintas, nomeadamente educação formal versus experiência prática e empreendedorismo, e constrói pressuposições ideológicas de que diplomas acadêmicos reduzem a possibilidade de riqueza ("Se você termina a faculdade, a cada etapa concluída dentro do formato de ensino desse século... Terminou o Ensino Médio? Já diminiu bastante a sua possibilidade de ser bilionário. Terminou a faculdade? Aí caiu drasticamente. Fazer mestrado? Vai só caindo... Doutorado? Não vai!"), enquanto as experiências práticas são apresentadas como detentoras de maior peso e importância em relação ao sucesso financeiro ("Pega seus diplomas, coloca numa balança: vai dar dez gramas. Pega suas experiências: dez toneladas"). A estratégia argumentativa é causal e falaciosa, associando conclusão de etapas educacionais com limitação de riqueza, sem base empírica, mas reforçando uma narrativa ideológica. No entanto, um

CC BY

estudo do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV)[5], mostrou que trabalhadores com ensino superior ganham mais que o dobro de profissionais menos escolarizados.

5. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/trabalhadores-com-ensino-superior-ganham126-mais-que-menos-escolarizados-diz-pesquisa/

Dimensão textual

O discurso apresenta modalização categórica e certeza absoluta, como em "Tô te falando, não vai!", reforçando a autoridade do enunciador e a ideia de que suas afirmações são verdades universais. Essa estratégia discursiva se apoia em recursos linguísticos que intensificam a força argumentativa do enunciador; como afirmam Castilho e Castilho (1993, p. 217), "diferentes mecanismos estão a serviço dessa ação argumentativa – modos verbais, verbos auxiliares, adjetivos, advérbios, entre outros".

O uso de perguntas retóricas ("Por que tem um monte de gente que não terminou a escola e ficou muito rico?") seguido de respostas imediatas engendra controle interacional, simulando diálogo com o público, mas mantendo o fluxo argumentativo sob o domínio do locutor. Além disso, Marçal utiliza verbos no imperativo, como em "pega seus diplomas [...] pega suas experiências", o que intensifica a função apelativa do discurso, convocando o interlocutor à ação e à adesão às ideias apresentadas.

Há, ainda, oposição simbólica e metáforas, reforçadas por uma gradação de ideias ("Eu compraria experiências [...] eu compraria muitas experiências"), que contrasta diplomas e experiências ("dez gramas" *versus* "dez toneladas"), amplificando o valor da experiência prática e diminuindo o valor simbólico da formação acadêmica. De acordo com Martin e White (2005), a gradação é um tipo de modalização que classifica os fenômenos conforme sua intensidade:

> Esse recurso linguístico pode se dar tanto em termos de força, expressando um tipo de avaliação de grau de intensidade ou quantidade; ou, em termos de foco, expressando um tipo de avaliação segundo critérios de precisão ou atenuação (Carvalho & Santos, 2025, p. 50).

O discurso também utiliza pronomes indefinidos ("um monte de gente", "cada coisinha") para gerar efeito de intensidade e proximidade emocional, enquanto dilui a responsabilidade da argumentação e comprovação. A linguagem é informal, oral e digital, reforçando o engajamento e a identificação com o público jovem.

Dimensão social

O discurso de Marçal naturaliza uma ideologia neoliberal e meritocrática, valorizando o empreendedorismo e as experiências de vida em detrimento da educação formal ("É levar para o empreendedorismo, acessar lugares, viver experiências e se desafiar"). A metáfora da balança ("dez gramas" *versus* "dez toneladas") reconfigura o valor simbólico da educação como mercadoria de baixo impacto. Socialmente, o enunciado legitima uma visão de mundo em que o sucesso é atribuído à iniciativa individual, enquanto diplomas e títulos acadêmicos são vistos como símbolos de pouca relevância social.

Essa construção reforça a hegemonia discursiva que naturaliza valores e crenças de caráter ideológico, convertendo-os em verdades aparentemente "neutras" e universais. Nesse sentido, é importante destacar que "tornar-se hegemônico significa conseguir uma posição de supremacia na sociedade, passando a dominá-la através da força, das instituições do Estado e do governo político" (Brunello, 2007, p. 1).

Já o terceiro vídeo, embora igualmente publicado no TikTok, foi retirado de um *podcast* e apresenta, a princípio, uma forma comunicativa mais dialogal. No recorte analisado, entretanto, aparece apenas Marçal, que está sentado durante a fala:

CC BY

> **3.º vídeo:** "Cara, se o ensino fosse de verdade para a pessoa desenvolver inteligência emocional, várias — desculpa falar isso, mas vai ser assustador — várias pessoas jamais chegariam ao final da escola! Aí você fala: mas por quê? Pergunte se o Bill Gates chegou, pergunte se o Mark Zuckerberg chegou, pergunte se os maiores expoentes da tecnologia chegaram. Eles perceberam, encontraram algo maior, com inteligência emocional, e disseram: 'mesmo estudando em Stanford, mesmo estudando em Cambridge, mesmo estudando em Harvard, eu vou parar por aqui, porque o negócio já explodiu. Pra que vou terminar essa faculdade?'. Foi isso que aconteceu. A maioria dos bilionários hoje não terminou a faculdade e, se você terminar, a chance de se tornar um é quase zero. Ou seja, porque aquilo formata seu cérebro para chegar em um X. Agora, imagine se a gente tivesse uma faculdade de empreendedorismo, uma faculdade de investimento, uma faculdade de programação neurolinguística... você imagina no que esse povo iria se transformar! Só que ninguém entende o que eu estou falando..."

Dimensão discursiva

O vídeo em questão foi originalmente reproduzido em um *podcast,* mas recortado para o TikTok, direcionado a público interessado em empreendedorismo, inovação e sucesso financeiro. Marçal se posiciona como detentor de conhecimento exclusivo, antecipando incompreensão do público ("Só que ninguém entende o que eu estou falando...") e reforçando a própria autoridade.

O discurso articula interdiscursividade e ordens do discurso, associando bilionários da tecnologia, inteligência emocional, empreendedorismo e investimento, em oposição às faculdades mais conceituadas do mundo, criando uma narrativa que legitima o sucesso fora do contexto acadêmico. As pressuposições ("A maioria dos bilionários hoje não terminou a faculdade e, se você terminar, a chance de se tornar um é quase zero") estruturam o discurso, direcionando o público a aceitar como verdadeira a ideia de que a educação formal limita o potencial de riqueza e inovação.

Dimensão textual

O discurso de Pablo Marçal evidencia como escolhas linguísticas estruturam e naturalizam valores neoliberais. A interdiscursividade com o sucesso de empresários da tecnologia, como Bill Gates e Mark Zuckerberg, articula o empreendedorismo e a inteligência emocional em oposição à educação formal, sugerindo que o sucesso depende exclusivamente de competências individuais.

Marçal utiliza pressuposições ("a maioria dos bilionários hoje não terminou a faculdade"), e modalização assertiva ("foi isso que aconteceu"), conferindo autoridade ao enunciador e limitando espaço para questionamento. A presença de gírias e marcas de oralidade aproximam o locutor do público, enquanto estratégias de polidez ("desculpa falar isso, mas vai ser assustador") suavizam afirmações controversas. Pronomes indefinidos ("várias pessoas", "esse povo") generalizam experiências, conferindo intensidade e universalidade ao discurso. Essas escolhas linguísticas, reforçam a naturalização ideológica e o individualismo característico do neoliberalismo.

Dimensão social

Marçal reproduz uma visão competitiva de mundo, ao associar o sucesso individual à inteligência emocional como fator determinante de ascensão. Ao citar Bill Gates e Mark Zuckerberg, magnatas e empresários norte-americanos do ramo tecnológico, ele constrói modelos simbólicos de sucesso, legitimando a ideia de que a educação formal limita o potencial criativo e econômico do sujeito.

Por meio de pressuposições ("se o ensino fosse de verdade"), pronomes indefinidos ("algo maior"), modalizações assertivas ("vai ser assustador", "várias pessoas jamais chegariam ao final da

CC BY

escola"), polidez estratégica ("desculpa falar isso"), controle interacional ("eu vou parar por aqui") e marcas de oralidade ("cara"), o locutor estabelece uma forma de discurso que contribui para naturalizar as relações de poder e legitimar valores econômicos, ideológicos e políticos.

Socialmente, essa construção sustenta a crença de que o êxito depende exclusivamente da iniciativa individual e da inteligência emocional, enquanto títulos acadêmicos são desqualificados como símbolos de passividade e conformismo, reforçando uma visão de mundo centrada na lógica de mercado e na responsabilidade individual sobre o sucesso.

Uma vez analisados sob a ótica da ACD os três vídeos propostos, o último capítulo discorre sobre as principais tendências discursivas produzidas por Pablo Marçal, bem como as conclusões resultantes da pesquisa ora desenvolvida.

Reflexões finais

Retomando a reflexão que orientou este estudo - o que se perde quando a educação é esvaziada de seu caráter emancipatório e reduzida à ferramenta de adaptação ao mercado -, a análise dos três vídeos em voga nesta pesquisa evidencia uma regularidade discursiva e, até mesmo, repetitiva, na estrutura e no conteúdo, revelando uma narrativa alinhada com a ideologia neoliberal que orienta a atuação de Pablo Marçal. Esse resultado confirma o objetivo geral desta pesquisa, ao evidenciar como o discurso de Marçal contribui para a consolidação de um imaginário social em que a educação tende a ser secundarizada diante da centralidade conferida ao empreendedorismo.

Em todas as dimensões analisadas - textual, discursiva e social –, prevalece a construção de uma imagem de autoridade baseada na experiência e na suposta detenção do saber, em oposição à educação formal, qualificada como obsoleta e manipuladora por Marçal. Trata-se de uma estratégia

neoliberal, pois naturaliza a ideia de que o sucesso depende exclusivamente do esforço individual, negando as desigualdades estruturais, ao mesmo tempo em que tenta se desvincular das grandes instituições de ensino, como forma de continuar produzindo mão de obra barata para manutenção do sistema capitalista. Esse achado responde diretamente ao primeiro objetivo específico deste trabalho, ao evidenciar de que modo tais sentidos se legitimam discursivamente.

Nos três vídeos, observa-se a recorrência do controle interacional, carregado de coloquialidade e gírias, apoiado por modalizações categóricas intensificadas por gradações, recursos que também favorecem sua aproximação e interação com o público jovem e compõe um estilo de fala assertiva, exagerada, impositiva e, amiúde, imediatista. Desse modo, Marçal elabora afirmações imprecisas, sem base empírica, e fundamentadas em um discurso meritocrático que reforça a lógica neoliberal.

Ademais, vale-se de perguntas retóricas e da falta de polidez discursiva para reforçar a hierarquia entre o saber prático e o conhecimento acadêmico. E, ainda, ataca a universidade e os atores sociais políticos associados a ela, como o atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva, uma vez que Marçal associa a vitória de Lula nas eleições de 2022 à ampliação de *campi* universitários e ao redirecionamento de recursos para a educação, interpretando tais medidas como algo negativo para a sociedade.

A estrutura comunicativa é apelativa, centrada na figura do orador que se apresenta como "aquele que revela a verdade", o que denota uma hegemonia discursiva sustentada por pressuposições ideológicas enviesadas apresentadas como fatos. Socialmente, o discurso de Marçal reitera valores meritocráticos e de responsabilização individual, naturalizando a exclusão estrutural e despolitizando o debate sobre o papel da educação no desenvolvimento crítico e social do cidadão. Esse conjunto de achados atende ao segundo objetivo específico desta pesquisa, evidenciando os impactos dessa prática discursiva na compreensão social do papel da educação na

CC BY

contemporaneidade: ao deslegitimar o saber acadêmico e exaltar a performance individual, Marçal reproduz uma visão de educação reduzida à formação técnica e utilitária, voltada à "empregabilidade" e não à emancipação. Como observam Gentili (1996) e Benevides (1996), essa lógica compromete o sentido democrático da educação, convertendo-a em instrumento de reprodução das desigualdades sociais. Nesse contexto, a figura do "empreendedor de si mesmo" emerge como representação central do sujeito neoliberal: um indivíduo flexível, competitivo e sempre insatisfeito, movido pela convicção de que o sucesso é resultado único de seu próprio esforço, desconsiderando as estruturas sociais (Sennett, 2015).

A principal limitação desta pesquisa decorre das próprias características do *corpus* e do ambiente digital em que os discursos circulam. De acordo com Pereira Neto *et al.* (2022), no Brasil, o crescimento da plataforma TikTok foi notável entre 2020 e 2022, passando de 7 milhões de usuários ativos para 73,5 milhões, um salto de 1050%. Sua base de usuários é majoritariamente composta por jovens entre 16 e 24 anos, o que reforça o impacto da rede sobre as novas formas de socialização e construção discursiva. Seu formato, com vídeos de até um minuto, reforça o consumo fragmentado de informações e a superficialidade das interações, o que impõe desafios significativos à Análise Crítica do Discurso. Por ser um espaço de circulação rápida e de difícil controle autoral, o TikTok carece de regulamentação clara: qualquer usuário pode criar perfis anônimos, recortar contextos e distribuir conteúdos sem responsabilidade direta sobre autoria do material. Essa situação de “terra sem lei” impossibilita a transparência dos dados e fragiliza a noção de autoria. Apesar dessas limitações, os resultados alcançados reforçam a relevância da Análise Crítica do Discurso como instrumento capaz de tornar visíveis mecanismos ideológicos que, de outro modo, permaneceriam naturalizados e, portanto, imperceptíveis ao público. Ao articular categorias linguísticas concretas, como modalização, pressuposição e estratégias interacionais, a processos sociais mais amplos, a ACD permite compreender que a linguagem não apenas descreve a realidade social, mas atua

ativamente em sua construção e legitimação. É justamente por tornar esse funcionamento visível que o estudo do discurso se configura como ferramenta necessária para o exercício da crítica: compreender como determinadas narrativas se naturalizam é o primeiro passo para que se possa contestá-las, e não apenas reagir a elas, o que responde, em última instância, à reflexão que motivou esta pesquisa sobre o que se perde quando a educação é reduzida a uma ferramenta de mercado.

Referências

Araújo, M. L. (2024, October 17). Trabalhadores com ensino superior ganham 126% mais que menos escolarizados, diz pesquisa. *CNN Brasil*. https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/trabalhadores-com-ensino-superior-ganham-126-mais-que-menos-escolarizados-diz-pesquisa/

Benevides, M. V. de M. (1996). Educação para a democracia. *Lua Nova*, (38), 223–237. https://doi.org/10.1590/S0102-64451996000200011

Bourdieu, P. (1998). Os três estados do capital cultural. In M. A. Nogueira & A. Catani (Orgs.), *Escritos de educação* (9ª ed.). Vozes.

Bourdieu, P. (2007). *O poder simbólico* (11ª ed.; F. Tomaz, Trad.). Bertrand Brasil.

Brunello, Y. (2007). Hegemonia. In *Mais definições em trânsito*. FACOM/UFBA. https://cult.ufba.br/wordpress/publicacoes/outras-publicacoes/mais-definicoes-em-transito/

Carvalho, F. F., & Santos, D. F. dos. (2025). "Você já inspirou o mesmo átomo que Gandhi": Uma análise das estratégias de popularização da ciência no TikTok pelo prisma da avaliatividade. *Matraga, 32*(64), 46–56.

Castilho, A. T., & Castilho, C. M. M. de. (1993). Advérbios modalizadores. In R. Ilari (Org.), *Gramática do português falado* (2ª ed.). Editora da Unicamp.

Chouliaraki, L., & Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity: Rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh University Press.

Costa, L. R. (2025). Que discursos políticos permeiam o conteúdo dos maiores influenciadores digitais de finanças do Brasil em 2025: Uma análise de discurso difundido por influenciadores digitais. *SciELO Preprints*. https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.13317

Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Boitempo.

Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.

Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social* (1ª ed.). UnB.

Fairclough, N. (2016). *Discurso e mudança social* (2ª ed.). UnB.

Fernandes, A. (2014). *Análise de discurso crítica: Para leitura de textos da contemporaneidade*. Intersaberes.

Fiorini, B. J., & Carvalho, L. M. (2019). A legitimação dos digital influencers no ecossistema de mídia social: Capital social envolvido no canal do YouTube de Marcos Piangers. *Revista Sociais e Humanas, 31*(3).

Foucault, M. (2008). *Nascimento da biopolítica*. Martins Fontes. (Trabalho original publicado em 1978–1979).

Gentili, P. (1996). Neoliberalismo e educação: Manual do usuário. In Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação (Org.), *Escola S.A.: Quem ganha e quem perde no mercado educacional do neoliberalismo* (pp. 9–49). CNTE.

Lima, J. C. (2024). Sobre empreendedorismo e cultura do trabalho. *Revista Brasileira de Ciências Sociais, 39*, e39010. https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/7MsRpT6mdpmYDBpTLcrfNkz/

Martin, J., & White, P. (2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.

Melo, I. F. (2009). Análise do discurso e análise crítica do discurso: Desdobramentos e intersecções. *Revista Eletrônica de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Linguística e Literatura, 5*(11). https://cienciaslinguagem.eca.usp.br/Melo_ADeACD.pdf

Oliven, A. C. (2007). Ações afirmativas, relações raciais e política de cotas nas universidades: Uma

comparação entre os Estados Unidos e o Brasil. *Educação*.

Pereira Neto, J. de S., Santos, I. M. dos, & Mota, M. P. (2022). TikTok: Qual o impacto do crescimento da plataforma? In *Anais do XIII Workshop sobre Aspectos da Interação Humano-Computador na Web Social* (pp. 56–62). Sociedade Brasileira de Computação. https://doi.org/10.5753/waihcws.2022.226367

Schelp, D. (2024, August 26). A suspensão das redes sociais de Pablo Marçal não é censura, mas efeito é pífio. *Gazeta do Povo*. https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/diogo-schelp/a-suspensao-das-redes-sociais-de-pablo-marcal-nao-e-censura-mas-efeito-e-pifio/

Sena, E., & Gusman, J. M. e R. (2020). Apropriações do discurso neoliberal das lutas por reconhecimento. *Contracampo, 39*(1), 151–166.

Sennett, R. (2015). *A corrosão do caráter: Consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Record.

Silva, F. D. B. da, Maia, K. W. de M., & Muller, R. G. (2020). Hegemonia. In L. M. Irineu et al. (Orgs.), *Análise de discurso crítica: Conceitos-chave* (pp. 85–105). Pontes Editores.

Silva, L. F. O. A. da, & Ferreira, A. (2021). Neoliberalismo e a reprodução de práticas discursivas anti-cotas nos grupos historicamente discriminados: Uma análise crítica. *Revista de Estudos Sociais, 22*(45). https://doi.org/10.19093/res10559

Silva, N. P. R. da. (2022). O poder político da sociedade civil ao Estado e o Homo. *Cadernos de Ética e Filosofia Política*, (41).

Teófilo, S., Sorima, J., Queiroz, G., & Lima, S. (2024, September 8). Igreja e coaching: Como Pablo Marçal pavimentou fortuna de R$ 169,5 milhões. *O Globo*. https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2024/09/08/igreja-e-coaching-como-pablo-marcal-pavimentou-fortuna-de-r-1695-milhoes.ghtml

Vasconcelos, V. D. (2015). *O empreendedorismo de si e o novo homo oeconomicus: Discussões sobre trabalho, subjetividade e clínica* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/135411/000988568.pdf

CC BY