

# Educação do sujeito neoliberal: análise crítica do discurso da escola extracurricular MBA Kids

## **Ivone de Lourdes Oliveira**

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7365-0288>

## **Samuel Rubens**

Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5504-9990>

## **Adrielle Aparecida da Silva Ferreira**

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-9615-0069>

## **Fabício Wagner do Nascimento Cavalcante**

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0153-8156>

## **Marcus Túlio Oliveira Neto**

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Belo Horizonte, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4461-2781>

## **Regiane de Freitas Nepomuceno**

Faculdade Única, Pós-graduação em Gestão Estratégica de Marketing Digital, Itabira, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7396-6216>

## **Resumo**

Este artigo analisa criticamente o discurso neoliberal que se manifesta na proposta da escola extracurricular MBA Kids Brasil, a partir dos enunciados presentes em seu site institucional, e de que forma estes contribuem para formação do sujeito neoliberal. Busca-se compreender, inspirado na Análise Crítica do Discurso, o texto, a prática discursiva e a prática social, que se constituem nos discursos e no contexto social em que se inserem. Os resultados apontam para a transformação da educação, formal ou não-formal, em um produto que atua na formação dos sujeitos empreendedores, baseado em uma pedagogia das competências.

## Palavras-chave

discurso; sujeito neoliberal; mercado; educação; empreendedorismo

## 1 Introdução

A educação assume papel estratégico no contexto de uma sociedade neoliberal, buscando formar sujeitos plenamente capazes de se autodesenvolver e autorregular para dominarem habilidades como inovação, resiliência e adaptação aos desafios, que se apresentam cada vez mais complexos em um cenário de alta competitividade.

Nessa perspectiva, os sujeitos são domesticados nas técnicas de autogestão, na busca de objetivos individuais e perdem de vista os vínculos característicos da coletividade. Segundo Dardot e Laval (2016, p. 330-331), tornam-se “[...] especialistas em si mesmos, empregadores de si mesmos, inventores de si mesmos, empreendedores de si mesmos: a racionalidade neoliberal impele o eu a agir sobre si mesmo para fortalecer-se e, assim, sobreviver na competição”.

As lógicas do mercado, que governam as ações do sujeito neoliberal, começam a ser disseminadas ainda na infância, no ambiente escolar, que se reorganiza para atender às novas demandas formativas e desenvolve metodologias para incutir em crianças e jovens o espírito empreendedor, preparando-as para assumir o rumo de suas vidas na idade adulta, a partir de competências e habilidades apreendidas.

Os autores utilizam da citação do especialista em liderança corporativa Bob Aubrey (1994<sup>1</sup> *apud* Dardot; Laval, 2016) para ilustrar de que modo o indivíduo é moldado, de forma estratégica, para operar sobre si mesmo:

A criação e o desenvolvimento de si mesmo “são uma “atitude social” que deve ser adquirida, um “modo de agir” que deve ser desenvolvido, “para enfrentar a tripla necessidade do posicionamento da identidade, do desenvolvimento de seu próprio capital humano e da gestão de um portfólio de atividades” (Dardot; Laval, 2016, p. 337-338).

Neste trabalho, toma-se como objeto de pesquisa a MBA Kids Brasil, instituição de ensino privada descrita como uma escola extracurricular de empreendedorismo para crianças e adolescentes de sete a 17 anos de idade e que iniciou suas atividades no Brasil em 2018, com

---

<sup>1</sup> AUBREY, B.; TILLIETTE, B. **Saber-fazer saber**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994. *Apud* Dardot e Laval (2016).

abertura da primeira unidade em São Paulo. Trata-se, portanto, de uma prática educacional não-formal que visa ensinar “[...] a arte de empreender, de uma forma prática e lúdica para que os alunos consigam desenvolver e realizar seus sonhos de forma criativa e inovadora [...]” (MBA Kids Brasil, [2022]). Tal proposta fomenta o desenvolvimento de habilidades socioemocionais, que estimulam crianças e adolescentes “[...] a serem mais confiantes, criativos, responsáveis, resilientes, organizados, colaborativos, entre outras competências[...]” (MBA Kids Brasil, [2022]), ferramentas que deverão ser exploradas pelos jovens para que alcancem o sucesso em suas jornadas.

Considerando a organização empresarial analisada como um ator social produtor de discursos em interação com outros atores sociais, por sua vez, também agentes produtores de discursos (Oliveira; Paula, 2019), partiu-se do pressuposto que há um reforço da ideologia neoliberal na proposta educativa não-formal. Tomando como *corpus* alguns discursos presentes na página principal do site MBA Kids Brasil, o percurso metodológico parte da matriz tridimensional da Análise Crítica do Discurso (ACD), na perspectiva de Norman Fairclough (2001), e do modelo metodológico para apreensão de práticas discursivas elaborado por Ivone Oliveira, Márcio Simeone Henriques e Fábria Lima (2019)<sup>2</sup>.

Como referencial teórico, foi acionado o trabalho de Pierre Dardot e Christian Laval (2016) para compreender a constituição do sujeito neoliberal e produções de pesquisadores do campo da educação, que compartilham da perspectiva dos referidos autores (Alves; Klaus; Loureiro, 2021; Amaral, 2022; Catini, 2020; Fávero; Trevisol, 2020), para refletir sobre o desdobramento do neoliberalismo no contexto das instituições educacionais.

## **2 Sociedade neoliberal: constituição do sujeito por meio de uma educação de competências**

A ascensão do neoliberalismo é um processo que se inicia no século XX, em um contexto de crise do regime liberal, resultado das tensões internas do próprio regime. Sem pretensões de detalhar essa transição, posto que não é o objetivo deste trabalho, pontuamos brevemente aspectos centrais desse processo que se considera essencial para a análise desenvolvida.

Sobre as democracias liberais, Dardot e Laval (2016, p. 323) descrevem-nas como “[...] regimes que, dentro de certos limites, permitiam e respeitavam um funcionamento heterogêneo do sujeito, no sentido que asseguravam tanto a separação quanto a articulação

---

<sup>2</sup> Os autores definem operadores analíticos que possibilitam a apreensão de rastros discursivos organizacionais no contexto da mineração.

das diferentes esferas da vida”. Os autores apontam uma cisão do homem moderno na qual, de um lado, está o sujeito dotado de direitos e de outro, o homem econômico, guiado pelos seus próprios interesses. Nesta divisão reside a tensão do regime liberal, marcando um desequilíbrio no qual o homem econômico leva vantagem.

Embora acreditasse ser um sujeito que gozava plenamente de sua liberdade e autonomia, o sujeito liberal “[...] continuava a ser uma engrenagem dos grandes mecanismos da economia [...]” (Dardot; Laval, 2016, p. 324), em relações que se baseavam em um princípio de utilidade e que se estabeleciam por meio do que os autores chamam de dispositivo da eficácia, um arranjo de processos e técnicas disciplinares que implantam “[...] os tipos de educação da mente, de controle do corpo, de organização do trabalho, moradia, descanso e lazer que seriam a forma institucional do novo ideal de homem” (Dardot; Laval, 2016, p. 324).

No contexto neoliberal, o sujeito transcende à posição de protagonista, num modelo que, ao contrário do momento liberal que se baseava na disciplina, contempla a subjetividade do sujeito, que se sente impelido a dar tudo de si para a máxima realização. “Trata-se de ver nele o sujeito ativo que deve participar inteiramente, engajar-se plenamente, entregar-se por completo a sua atividade profissional” (Dardot; Laval, 2016, p. 327). O sujeito é continuamente estimulado a assumir o controle da sua própria vida, a partir de discursos que fomentam o espírito empreendedor e que o levam a acreditar ser o único responsável pelo sucesso – bem como pelo fracasso – de sua trajetória. Nesse sentido, assume também todos os riscos inerentes aos resultados das suas ações, num cenário em que instâncias como o Estado, que era a expressão da garantia de seus direitos fundamentais, é destituído de sua função social.

O modelo empresarial torna-se a referência basilar para instituição do modo de agir do sujeito, levando-o, como destacado por Alves, Klaus e Loureiro (2021), a ser lançado no jogo da concorrência na busca de melhores oportunidades e realização pessoal. Este movimento faz com que o sujeito seja empreendedor de si mesmo (Dardot; Laval, 2016), com um maior esforço e dedicação para alcançar as metas que impõe para si, num processo que visa a autorrealização.

Essas características também se aplicam nas relações que o sujeito estabelece no ambiente empresarial, como pontua Baldissera (2010). Na medida em que o sujeito projeta na empresa as possibilidades de realização de seus desejos, este mesmo ambiente imprime sobre ele forças contrárias, que direcionam suas ações para alcance dos objetivos das organizações. Nesse sentido, conforme o autor, “[...] os sujeitos tendem a se comprometer com os objetivos organizacionais esperando atingir seus próprios objetivos, [de modo que] o poder simbólico

exercido pela organização [...] se apresenta como modelo a ser seguido” (Baldissera, 2010, p. 64).

Ainda que essa relação traga cargas de sofrimento ao sujeito, de acordo com Baldissera (2010), ele seguirá submetendo-se a essa lógica seja por acreditar que o sofrimento é um componente intrínseco ao processo para alcançar o êxito; seja por visualizar no trabalho o espaço privilegiado de realização pessoal; seja pelo medo do desemprego, a representação máxima do seu fracasso.

O fato de o sujeito submeter-se a essa lógica revela o poder do discurso neoliberal que, como já dito, conduz os indivíduos a agirem sob a lógica da empresa. Nesse sentido, retomando Dardot e Laval (2016), o sujeito transforma-se em mercadoria, que gerencia a si mesmo em busca do aprimoramento contínuo de suas habilidades e competências, visando projetar sua imagem para o mercado e ser desejado enquanto recurso:

Trata-se do indivíduo competente e competitivo, que procura maximizar seu capital humano em todos os campos, que não procura apenas projetar seu futuro e calcular ganhos e custos como o velho homem econômico, mas que procura sobretudo trabalhar a si mesmo com o intuito de transformar-se continuamente, aprimorar-se, tornar-se sempre mais eficaz (Dardot; Laval, 2016, p. 333).

A habilidade de gerenciar a si mesmo passa a ser uma exigência não apenas no âmbito do trabalho, mas uma premissa para o bom desempenho em todas as dimensões da vida do indivíduo, do lazer às necessidades de formação. Um importante ator social na constituição desse modelo é o campo educacional, que opera como “[...] dispositivo para disseminar na sociedade a mentalidade empresarial” (Alves; Klaus; Loureiro, 2021, p. 5). É por meio da educação, instituída formalmente na figura da escola<sup>3</sup>, que a sociedade transmite aos indivíduos os costumes e ideologias de um tempo, bem como essa mesma instituição atua na (trans)formação da sociedade.

No regime neoliberal, a característica que marca o sistema educacional é sua transformação em um empreendimento, como apontam Altair Fávero e Marcio Trevisol (2020). A partir do pensamento de Christian Laval, os autores apresentam duas condições da ideologia neoliberal na educação que são: “a) a competição entre as famílias por melhores escolas; e b) a deslegitimação e desencorajamento do Estado em assumir a educação como

---

<sup>3</sup> Embora a MBA Kids seja uma proposta de escolarização não-formal, agindo como ator extracurricular ao processo, consideramos que esta contribui para a formação do sujeito.

pública” (Fávero; Trevisol, 2020, p. 3). Mais do que formar pessoas estimulando-as ao convívio e à transformação social, este sistema opera numa lógica de concorrência e excelência individual:

A introdução da ideologia neoliberal no campo educativo cristaliza um novo “senso comum” pedagógico, marcado nas análises de Laval (2004) pela valorização do conhecimento como produto e pelo aprendizado, ao longo de toda a vida, das competências e habilidades, da ideologia técnica profissionalizante e da inovação e do culto à eficácia (Fávero; Trevisol, 2020, p. 5).

Em entrevista à professora Carolina de Roing Catini (2020), Christian Laval pontua que num projeto de educação capitalista, há um distanciamento referencial do sujeito com o seu local, em vista de um projeto global, ditado por organizações econômicas e financeiras internacionais. O pensador ainda destaca dois elementos relevantes ao se analisar uma educação enraizada no modelo neoliberal:

Primeiro que o novo paradigma capitalista da educação parte de uma lógica geral cujo princípio é o estabelecimento de uma ordem global baseada na competição generalizada entre economias, Estados, sociedades e suas instituições. Segundo, que a educação é vista pelos neoliberais como uma instituição estratégica nesse contexto de ampla competição, porque pressupõe-se a necessidade de produzir material humano “competitivo” para enfrentar a guerra econômica global (Catini, 2020, p. 1034).

Para Manoel Amaral (2022), o dever primordial da escola deveria estar centrado em desenvolver o senso crítico do aluno, para perceber por si próprio as falhas na distribuição dos recursos sociais e materiais e ter condições para reivindicar melhorias que beneficiem o coletivo. Em um contexto neoliberal, esse ideal se perde na medida em que há a dissolução dos laços sociais e o conseqüente isolamento do indivíduo, que passa a atuar em prol da realização de interesses pessoais.

A inserção do pensamento neoliberal no contexto educativo dialoga com a proposta da pedagogia das competências. De acordo com Dermeval Saviani (2019), a noção de competências no campo educacional remonta ao construtivismo de Piaget, que desenvolveu uma teoria do conhecimento partindo da biologia. O modelo de Piaget, segundo Saviani (2019, p. 508), propõe que “[...] a fonte do conhecimento não está na percepção, mas na ação [...]”, e que, nesse sentido, conduziria à noção de que a inteligência é uma construção. A proposta do construtivismo tem sido amplamente apropriada para reformulação de currículos escolares,

inclusive no Brasil, a partir da década de 1990. Contudo, Saviani (2019) alerta para os perigos de uma retórica reformista, na qual a aquisição de competências torna-se uma tarefa pedagógica a ser executada nos ambientes educacionais, com o objetivo de:

[...] maximizar a eficiência, isto é, tornar os indivíduos mais produtivos tanto em sua inserção no processo de trabalho como em sua participação na vida da sociedade. E ser produtivo, nesse caso, não quer dizer simplesmente ser capaz de produzir mais em tempo menor. Significa, como assinala Marx, a valorização do capital, isto é, seu crescimento por incorporação de mais-valia (Saviani, 2019, p. 509).

Nesse sentido, a educação na sociedade neoliberal se torna um recurso utilitário a serviço do mercado capitalista, que privilegia os interesses “[...] das elites hegemônicas em detrimento das classes oprimidas [...]” (Amaral, 2022, p. 84) e é compreendida, mais do que um processo, como um produto que atua na formação dos sujeitos, preparando-os para os desafios do mercado. A pedagogia das competências, então, colabora para um cenário de alta competitividade.

Tendo apresentado as considerações da literatura sobre os impactos do neoliberalismo na constituição dos sujeitos pela educação formal, analisamos os elementos do discurso da escola MBA Kids Brasil, que é uma proposta de educação extracurricular para desenvolvimento de competências empreendedoras dos sujeitos.

### **3 A escola extracurricular MBA Kids Brasil e o *corpus* analisado**

Identificamos na escola extracurricular MBA Kids Brasil um agente produtor de discursos que reforçam a ideologia neoliberal no campo da educação. Conforme descrito na introdução deste artigo, a sua meta é, de maneira objetiva, ensinar a arte de empreender. A proposta metodológica é organizada em três segmentos, por idade, para atender a faixa etária atendida no processo educativo. De acordo com as informações do site institucional, são as seguintes: *Kids*, que envolve crianças de sete a nove anos; *Teens*, para jovens de dez a treze anos e *Master*, de 14 a 17 anos (MBA Kids Brasil, [2022]). É possível inferir, a partir do descrito, que essa organização oferta os cursos para crianças e adolescentes circunscritos às etapas de ensino fundamental e médio no processo de escolarização formal.

Como *corpus* de análise, tomamos a página principal do site institucional da escola (MBA Kids Brasil [2022]) composta por 12 seções, a saber: (1) banner interativo, com quatro peças presentes; (2) apresentação do programa *Mindset* Empreendedor 4.0; (3) vídeos

institucionais; (4) quadros com pontos específicos da metodologia, material, prática comunicacional e ferramentas de trabalho do projeto; (5) quadro com apresentação das trilhas; (6) lista dos números da empresa; (7) links com ícones das instituições parceiras; (8) quadro com depoimentos dos pais e/ou responsáveis por alunos do curso; (9) MBA Kids em ação, com apresentação de cases de sucesso; (10) apresentação da diretora e co-fundadora da empresa; (11) links para textos disponíveis no blog do projeto; (12) informações para contato. Cada uma das seções trata, por meio de variadas mídias, dos objetivos e valores da escola, seus trabalhos e a forma de execução da proposta educacional.

#### 4 Análise do discurso da MBA Kids Brasil

A tradição de estudos sobre discurso é vasta e apresenta, historicamente, diversas evoluções com contribuições de muitos pensadores. Este trabalho busca referências e elementos para análise a partir dos estudos de Norman Fairclough (2001). Pela tradição da sociolinguística, compreende-se o discurso enquanto atividade social e não individual, mutável e não estática. Nesse sentido:

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado. (Fairclough, 2001, p. 91).

A partir dessa compreensão, Fairclough (2001) apresenta três aspectos dos efeitos construtivos do discurso: a construção do posicionamento dos sujeitos no mundo, isto é, de suas identidades sociais; a construção da relação social entre os sujeitos; e a construção de sistemas de crença e conhecimento. Não se trata, no entanto, de funções independentes entre si, mas que atuam conjuntamente a fim de manter e/ou transformar estruturas sociais, correspondendo a funções da linguagem e dimensões de sentido que o pensador denomina como identitária, relacional e ideacional.

As identidades sociais se constroem a partir dos sistemas de crenças disponíveis no mundo, bem como se estabelecem as relações sociais entre os sujeitos portadores dessas identidades. Ao mesmo tempo, as identidades sociais e as relações entre os sujeitos também atualizam os sistemas de crenças em um movimento dialético.

A fim de abarcar os processos de transformação social e inspirando-se em tradições já consolidadas da teoria do discurso, Fairclough (2001) desenvolve um modelo tridimensional no qual o texto, a prática discursiva e a prática social estão em relação. O autor propõe pensar o discurso para além de sua dimensão linguística, trazendo também os elementos sociais que o constituem.

É importante ressaltar que, apesar da divisão entre as dimensões do discurso apresentada por Fairclough (2001), elas não se manifestam separadamente, mas em conjunto. Em termos metodológicos, “[...] a parte do procedimento que trata da análise textual pode ser denominada ‘descrição’, e as partes que tratam da análise da prática discursiva e da análise da prática social da qual o discurso faz parte podem ser denominadas ‘interpretação’ ” (Fairclough, 2001, p. 101).

Aliada à proposta de Fairclough (2001), a análise do discurso empreendedor da MBA Kids Brasil também se serviu do modelo metodológico<sup>4</sup> de apreensão de práticas discursivas de Oliveira, Henriques e Lima (2019)<sup>5</sup>.

Vale reforçar que o modelo foi originalmente adotado para análise de diferentes atores sociais do setor da mineração em âmbito global, nacional e local. Em decorrência da diferença de natureza entre as organizações do setor da mineração apresentadas pelos autores e do objeto empírico adotado para este trabalho, a aplicação do modelo será adaptada neste artigo, no qual analisamos uma única organização. Consideramos, na parte descritiva da análise (análise textual), o *ethos* discursivo, as ideias-forças e os apelos presentes no discurso do site institucional da MBA Kids Brasil, com foco na página principal (*home*). Já na parte interpretativa da análise, foram levantados o perfil do ator social, reflexões sobre o campo interacional (prática discursiva) e sobre o contexto e aspectos da circulação social do discurso (prática social).

#### **4.1 Ethos discursivo e as estratégias para falar de si**

A partir dos enunciados presentes na página principal do site institucional da MBA Kids Brasil, observamos que os textos são, em sua maioria, autorreferenciais, ou seja, a empresa dizendo de si mesma. Entre as características que se manifestam nos discursos, destacamos a

<sup>4</sup> Este modelo considera, para análise – numa disposição tridimensional e considerando o perfil dos atores envolvidos e a circulação social – a prática textual presente nos conteúdos discursivos; a prática discursiva, que corresponde ao campo interacional; e a prática social, que se refere ao contexto no qual o discurso é produzido.

<sup>5</sup> A pesquisa “Disputa de sentidos em torno da mineração: marcas discursivas das organizações e das instâncias de vigilância” foi conduzida pelo grupo de pesquisa Dialorg – Comunicação no Contexto Organizacional: aspectos teórico-conceituais (PUC Minas), entre os anos de 2018 e 2021.

escolha de palavras que remetem a sonhos, realização, crença, felicidade, transformação, como se pode ver na Figura 1. Outra característica presente é o uso de verbos no modo imperativo, que já é uma convenção na redação publicitária, dada à dimensão semântica que envolve ordem, ou seja, há um comando direto para fazer, ou deixar de fazer, algo. Neste *banner*, além dos três verbos imperativos (Sonhe! Acredite! Realize!), a mensagem principal “Seus filhos, capitães de seus sonhos. Comece hoje a jornada de transformação do futuro!” é dirigida aos pais, que são os tomadores de decisão, uma vez que o público-alvo para o curso de empreendedorismo são crianças e adolescentes dos sete aos 17 anos. Ainda nesta mensagem, destaca-se que a realização do sonho de futuro pode ser dos jovens, mas também pode representar a projeção de um sonho dos próprios pais, como continuidade de seu sucesso ou como realização de algo que não tenha conseguido fazer.

**Figura 1** - Banner principal



Fonte: MBA Kids Brasil [2022].

Outra característica presente nos textos das seções é o fato de serem curtos e objetivos, o que indica que foram projetados para o rápido consumo das informações disponíveis, com possibilidade de informações complementares em outras seções. A linguagem utilizada nos textos é simples, direta e apelativa, sendo acessível tanto para jovens quanto para os adultos. A comunicação direcionada para os pais, como destacado, pode ser percebida também nos excertos a seguir:



Banner 1: Bem-vindo à MBA Kids. Empreendedor 4.0. Programa de educação empreendedora para realizar sonhos de maneira lúdica, com atitude sustentável! Clique e conheça. Banner 3: Plataforma Empreendedor 4.0. Conheça o programa de educação empreendedora e os conteúdos exclusivos *feitos para seus filhos*.<sup>6</sup> (MBA Kids Brasil, [2022]).

Há nos textos um forte apelo idealizador, de modo que o projeto imprime em seus discursos a promessa de promover transformações na vida das crianças e adolescentes. Conforme pontuado na discussão sobre o sujeito neoliberal, o aprendizado garantirá que o indivíduo tenha condições de construir um futuro melhor para si, convocando suas subjetividades para ingressarem no jogo social e aliarem suas expectativas às do mercado, que como nos aponta Dardot e Laval (2016). Ao mesmo tempo em que apresenta ao indivíduo um mundo de possibilidades e oportunidades, exaltando sua autoestima, coloca sobre ele o peso da responsabilidade de alcançar as realizações, assumindo sozinho o risco pelas suas escolhas. Exemplificamos esse aspecto com o excerto a seguir:

Estimulamos nossas crianças e adolescentes a desenvolverem as *habilidades socioemocionais*, a serem mais confiantes, criativos, responsáveis, resilientes, organizados, colaborativos, entre outras competências. Acreditamos na educação empreendedora para mudar a vida de crianças, jovens e pais para termos um futuro melhor<sup>7</sup> (MBA Kids Brasil, [2022]).

Na seção que apresenta vídeos, observamos a presença de quatro produções, sendo dois vídeos de caráter institucional – *MBA Kids Brasil* e *MBA Kids International* – e dois vídeos com demonstração de experiências de alunos – *Shark Tank Brasil Gabriel* e *Tang no Tank Sophia* –, que funcionam como uma prova social dos resultados alcançados pelo modelo pedagógico adotado pela instituição, um apelo de credibilidade para atrair novos alunos.

Na seção seguinte, são apresentadas pequenas pílulas reforçando a adoção de uma Metodologia Internacional, adaptada à realidade local do Brasil, como um valor agregado ao modelo da escola; citando a utilização de plataforma digital com aulas online e material didático exclusivo, que denotam um modelo inovador e disruptivo; e mais uma vez aparece a menção ao desenvolvimento de habilidades socioemocionais, que figura como valor central no discurso da escola, reproduzindo valores que também se apresentam no discurso neoliberal.

<sup>6</sup> Textos transcritos dos banners interativos presentes na *home* do site, com grifos dos autores.

<sup>7</sup> Texto extraído da seção “Formando o Mindset Empreendedor 4.0”, localizada abaixo dos *banners* interativos na página principal.

Na sequência, a página apresenta as trilhas da jornada empreendedora. São duas: *Trilha da Iniciação*, que contempla os módulos *Business for Kids* e *Finance for Kids*; e *Trilha do Desafio*, com *Liderança for Kids* e *Marketing for Kids*. Pela descrição dos módulos, é possível perceber características do que se espera dos futuros empreendedores em formação: que tenham capacidade de conduzir negócios, controlar finanças, espírito de liderança e habilidades de venda. Estas competências são necessárias aos sujeitos na sociedade neoliberal para que tenham condições de gerenciar a si próprios e assumirem o posto de “capitães de seus sonhos”, conforme expressão utilizada na própria publicação do site. Percebe-se que há um alinhamento da proposta metodológica da escola com a pedagogia das competências, priorizando o ensino de habilidades com foco utilitarista, que poderão auxiliar os jovens na “[...] resolução de problemas práticos e rotineiros, no intuito de atender aos interesses do mercado, reduzindo o valor dos conteúdos [...]” (Amaral, 2022, p. 82), consolidando, assim, um modelo educacional a serviço dos interesses neoliberais.

Partindo para a seção em que são exibidos depoimentos dos pais sobre a experiência com a escola, é perceptível a total adesão ao projeto e aos seus valores<sup>8</sup>. Embora sejam outros atores falando sobre a escola, os discursos reforçam o que a organização diz de si ao longo de toda a página, se posicionando como defensores do modelo e testemunhas de que o método funciona. Nos enunciados, expressões como sonho, propósito, construção e ser feliz endossam o tom motivacional propagado no discurso da empresa, como no excerto a seguir:

Pensei: Será que estou exagerando com um MBA para minha filha de 8 anos de idade? E quando vi a alegria desde quando acordou sábado de manhã para ir a aula, a empolgação dela em contar sobre o que aprendeu, o seu projeto e ver um resultado com apenas 9h de curso. Isso sim dá a certeza de que escolhemos certo. Não é seguir a massa, não é passar pelo mundo, mas sim, construir juntos (Depoimento A<sup>9</sup>) (MBA Kids Brasil, [2022]).

É possível perceber que as falas desses pais são um reflexo do discurso que a empresa assume. Isso faz com que eles sejam vistos não apenas como contratantes de um serviço, mas também – e principalmente – um produto do serviço por eles contratado. Em algumas falas, o

<sup>8</sup> O MBA Kids assume os termos Inspirar, Construir e Realizar como as palavras condutoras de seu trabalho. A partir delas, expressam os valores motivacionais, incentivando seus alunos a buscarem seus sonhos; trabalham a construção de relações amigáveis e de mútua contribuição (entre alunos e, também, com seus familiares), para o desenvolvimento das habilidades socioemocionais; e entendem que o exercício prático faz os alunos entenderem que o sentimento de realização é fruto de seu esforço e do apoio de suas famílias.

<sup>9</sup> Depoimento A concedido ao MBA Kids Brasil em 2022.

engajamento chega a revelar que o sonho do filho é também – talvez mais ainda, ou somente – dos próprios pais:

Enxergamos nos cursos do MBA Kids o apoio que precisávamos para *o nosso propósito* e que não tínhamos nos planos pedagógicos dos colégios. Adoramos a metodologia e indicamos a todos que pensam em ajudar na formação de indivíduos saudáveis para a vida e para o mundo corporativo. Parabéns MBA Kids e obrigada por nos apoiar em nosso propósito com o Fabrício (Depoimento B<sup>10</sup>) (MBA Kids Brasil, [2022]).

Nesse último excerto, há de forma clara a expectativa da formação, para que os indivíduos sejam “saudáveis para a vida e para o mundo corporativo”. Este é um outro exemplo da evidência da formação de sujeitos que serão úteis ao mercado capitalista, para atingirem a alta performance e alcancarem resultados para a empresa.

A penúltima seção da *home* traz, de forma destacada, foto e currículo da diretora e cofundadora do projeto, Maria Isabel Macegoso (Figura 2). O texto foca em na sua formação e experiência profissional, valorizando suas características empresariais e competências para assumir esse projeto. Destaca os valores que ela abraça enquanto representante da escola, mas também como sujeito que motiva outras pessoas a viverem seus ideais.

Figura 2 - Diretora e cofundadora da MBA Kids Brasil

MBA Kids Brasil

A primeira escola de educação infanto-juvenil de empreendedorismo do Brasil.

**Maria Isabel Macegoso**  
Diretora e co-fundadora

Pós-graduada em Gestão de Negócios, com 18 anos de atuação em instituição financeira de grande destaque nacional, nas áreas de tecnologia e inovação. É sócia proprietária e diretora da MBA Kids, e, acima de tudo, apaixonada por conhecer “pessoas”, suas histórias, motivações, necessidades, e principalmente pela possibilidade de contribuir com o desenvolvimento do mindset de jovens empreendedores.

MBA Kids Brasil - a educação é a maior ferramenta de transformação e desenvolvimento de um país! O seu futuro começa hoje!

Fonte: MBA Kids Brasil [2022].

<sup>10</sup> Depoimento B concedido ao MBA Kids Brasil em 2022.

A última seção traz links para o *blog* do projeto, com temas que corroboram o trabalho da empresa e o ganho para quem adere ao projeto. Os temas são educação financeira, parceria com o *MBA Kids* nas escolas, desenvolvimento de habilidades empreendedoras e planejamento de vida. Todas as temáticas dialogam com a formação do sujeito neoliberal, que deve buscar o contínuo aprimoramento de suas habilidades e competências para enfrentar os desafios do mercado de trabalho. Os conteúdos também funcionam como uma estratégia para falar de si, na medida em que a escola se coloca como um meio para que as famílias alcancem a promessa de sucesso projetada para os filhos.

## 4.2 Discursividade imagética

Os recursos visuais cumprem um papel importante na consolidação da imagem projetada por uma organização, que também consideramos como elementos discursivos em nossa análise. Sobre a identidade visual do site de uma maneira geral, é marcada por características que evidenciam o lúdico, importante valor veiculado na proposta pedagógica da escola. Cores vivas e alegres e usos de ilustrações, como do garoto propaganda da escola (Figura 3) atuam como reforço visual que atraem os jovens, gerando identificação com a proposta e dando credibilidade para os pais dos possíveis e efetivos alunos.

**Figura 3** - Peça de divulgação Empreendedor 4.0



Fonte: MBA Kids Brasil [2022].

Figura 4 - Jornada Empreendedor 4.0



Fonte: MBA Kids Brasil [2022].

Na seção que apresenta as trilhas de aprendizado da jornada Empreendedor 4.0 são compartilhadas duas peças com a identidade visual do projeto e ao centro a imagem de crianças (Figura 4). Na primeira peça, um menino branco, expressando estar empolgado com a proposta de estar na Trilha da Iniciação, que promete “desenvolver o *mindset* empreendedor” com os módulos *Business* e *Finance*. Na segunda peça, uma menina negra segurando um caderno e caneta, demonstrando sua atenção ao conteúdo da *Trilha do Desafio*, que promete “desafiar o empreendedor kids de sucesso”, com os módulos de Liderança e Marketing. Percebemos que há uma tentativa da escola de se posicionar como uma organização diversa e inclusiva, trazendo crianças que representam as diversidades de gênero e racial, contudo, há contradições no discurso na seção *MBA Kids em Ação*.

Neste espaço são apresentadas fotos de alunos em atividades no ambiente da escola e executando, na prática, o espírito empreendedor em seus projetos. São cinco fotos em sequência (Figura 5). Na primeira, destaca-se a figura do garoto modelo e embaixador do projeto, relatando sua participação na versão brasileira do *reality show Shark Tank Brasil*. O breve texto disponível na seção interna, acessível ao clicar no link da foto, destaca que, na ocasião, “[...] Gabriel Macegosso representou a MBA Kids Brasil para enfrentar os tubarões e buscar investimento em um produto completamente novo” (MBA Kids Brasil [2022]). Tubarões é a forma como são denominados os jurados do programa e, ao ser evidenciada no texto, destaca o desafio e a capacidade do garoto, fruto do projeto.

Figura 5 - Seção MBA Kids em ação



Fonte: MBA Kids Brasil [2022].

Na quarta foto da figura 5 são apresentados os alunos Maiza e Lázaro, duas crianças negras, representando a experiência de empreender com a venda de geladinhos. O ato empreendedor das crianças foi idealizado pelos irmãos a partir da identificação de um problema: ser um refresco para pedreiros que trabalham em obras debaixo do sol. Ao fazermos a análise discursiva, chamou-nos atenção o fato de crianças negras estarem sendo representadas em papéis de menor valoração em comparação com todas as outras imagens, que trazem majoritariamente crianças brancas. Embora não seja objetivo deste trabalho aprofundar esse debate, não podemos deixar de mencionar o quanto o discurso nos pareceu contraditório nesses dois casos evidenciados, em que a imagem ora usa uma representatividade positiva em que as crianças parecem ocupar lugares equânimes, ora revela reservar às crianças negras um espaço estereotipado.

A intertextualidade é um elemento que possibilita refletir sobre os aspectos da prática discursiva de um texto e diz respeito à “[...] propriedade que têm os textos de ser cheios de fragmentos de outros textos, que podem ser delimitados explicitamente ou mesclados e que o texto pode assimilar, contradizer, ecoar ironicamente, e assim por diante” (Fairclough, 2001, p. 114). Nesse sentido, identificar aspectos intertextuais presentes no discurso possibilita refletir sobre as dinâmicas interacionais que permeiam o discurso, o que fizemos ao analisar as figuras 4 e 5.

### 4.3 Realidades constroem – e são construídas pelos – discursos

O contexto social em que o discurso se manifesta dá pistas importantes sobre a realidade em que se insere. É a prática social, que, segundo Fairclough (2001, p. 94), “[...] tem várias orientações – econômica, política, cultural, ideológica –, e o discurso pode estar implicado em todas elas, sem que se possa reduzir qualquer uma dessas orientações do discurso”. Neste sentido, a análise da prática social diz respeito a investigar os aspectos que caracterizam o contexto social em que é produzido o discurso, bem como os aspectos que caracterizam a circulação social deste texto.

Nos discursos da escola extracurricular MBA Kids Brasil, observamos características desse contexto ao analisar a seção que destaca as escolas parceiras. São nove escolas, sete delas em São Paulo, uma no Rio de Janeiro e uma em Brasília<sup>11</sup>. Todas elas compartilham pontos em comum como o fato de serem particulares, oferecerem ensino bilíngue e estarem localizadas em bairros nobres, indicando o público para quem a proposta se destina.

Considerando que a prática social tem contextos culturais e sociais mais amplos, observamos que ao analisar a localização geográfica das escolas parceiras, em conjunto com a informação do valor da mensalidade da *Trilha Iniciação* disponível no site da MBA Kids Brasil (oito parcelas de R\$ 228,63, por quatro meses de curso), podemos inferir que existe um direcionamento específico de público da escola. São famílias que, possivelmente, apresentam alto poder aquisitivo, residentes de áreas nobres das cidades, que buscam nesse tipo de modelo educacional soluções para realização na vida pessoal, familiar e profissional, corroborando com a ideia de Dardot e Laval (2016) que o regime neoliberal perde de vista as necessidades coletivas em prol de desejos individuais.

## 5 Algumas considerações

Por meio de uma proposta educacional que privilegia a formação de sujeitos empreendedores, com capacidade de serem criativos, resilientes e capazes de regular as próprias emoções, a formação proporcionada pela escola extracurricular MBA Kids Brasil vai ao encontro das premissas da sociedade neoliberal. A expectativa é que o indivíduo conduza

<sup>11</sup> No estado de São Paulo, a Sphere International School fica no bairro Jardim Aquarius, em São José dos Campos, e a capital, São Paulo, agrega o maior número. A Escola Bilíngue Pueri Domini possui unidades nos bairros Perdizes, Itaim Bibi e Aclimação. O Colégio Imperatriz Leopoldina, no bairro Santana, assim como o Colégio Delta. O Liceu Coração de Jesus, na região central da capital, é uma escola confessional católica ligada à Congregação dos Salesianos. A escola Estilo de Aprender está no Alto da Lapa. A última escola paulista, Kinder Campus School, localiza-se na Vila Andrade, na região do Morumbi. No Rio de Janeiro, a Escola Carolina Patrício está localizada na Barra da Tijuca e a Pueri Bilíngue Candanguinho, no Setor Sudoeste, em Brasília.

sua vida de forma autônoma, independente de outras estruturas, sendo o único responsável pelos resultados de suas ações.

Entendendo que não há neutralidade no discurso, uma vez que sua produção sempre parte de uma intencionalidade, das especificidades de cada discurso, demonstrando a natureza em suas instâncias de circulação, a empresa atua como um reforço dos discursos da prosperidade, da autogestão e da realização, que são algumas das marcas da contemporaneidade e que vão invadindo o processo educativo formal, ganhando outros espaços, como no objeto analisado, cristalizando nos sujeitos características da sociedade neoliberal. O imperativo da autonomia presente neste discurso é reproduzido por outros atores sociais, como o ambiente familiar, de trabalho, círculo de amizades, dentre outros, gerando um ciclo de adestramento e reforço dos discursos.

Em vista disso, inúmeras empresas têm buscado alimentar esse tipo de projeção pessoal, apresentando todo um aparato técnico e motivacional, dando a impressão de que o indivíduo é protagonista de seus desejos, quando, na verdade, incorpora o discurso da empresa como se fosse o seu. Para tanto, a base desse discurso tem sido a emoção, por meio de um psicologismo no qual o sujeito é sempre o ator principal de sua ação. É vendido um sonho que precisa ser alcançado e um objetivo que, por vezes, o próprio indivíduo não sabia que tinha, mas, se percebe como nascido para tal realização.

O objetivo do percurso formativo já é expresso no próprio nome do empreendimento, que traz a sigla inglesa MBA, *Master in Business Administration*. Em português, pode-se traduzir por Mestre em Administração de Negócios e, em geral, esta é uma modalidade de especialização voltada a profissionais que atuam, ou têm intenção, de trabalhar na gestão de empresas dos mais diversos setores. Ao replicar esta natureza em uma formação voltada para crianças e adolescentes, observamos ao longo da análise da *home* do site da MBA Kids Brasil, que seus discursos projetam futuros sobre as vidas de crianças e jovens, de forma ideológica, tendendo sempre para a autorrealização e cristalização daqueles valores como únicos possíveis para produtividade, geração de riqueza, de renda e de trabalho.

Os elementos destacados nesta análise, que vão do texto ao contexto em que ele circula, passando pela prática social dos sujeitos envolvidos, mostram que há novos contornos que vão surgindo pela ampliação destes discursos, como a questão do racismo, que brevemente destacamos na análise imagética, revelando nas marcas discursivas como a escola reproduz em sua proposta as dinâmicas de privilégio e exclusão presentes na estrutura social.

## Referências

ALVES, A.; KLAUS, V.; LOUREIRO, C. Do sonho à realização: pedagogia empreendedora, empresariamento da educação e racionalidade neoliberal. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 47, p. 1-19, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1678-4634202147226115>. Acesso em: 14 jun. 2023.

AMARAL, M. F. Educação e epistemologias: críticas à pedagogia das competências à luz da pedagogia histórico-crítica. **Filosofia e Educação**, Campinas, v. 14, n. 1, p. 65-91, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/rfe.v14i1.8668490>. Acesso em: 14 jun. 2023.

BALDISSERA, R. Organizações como complexos de diálogos, subjetividades e significação. In: Kunsch, M. M. K. (org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. v. 3, p. 61-76.

CATINI, C. de R. Para a crítica da educação neoliberal - Entrevista com Christian Laval. **ETD - Educação Temática Digital**, Campinas, v. 22, n. 4, p. 1031-1040, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.20396/etd.v22i4.8658365>. Acesso em: 14 jun. 2023.

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

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FÁVERO, A. A.; TREVISOL, M. G. Quando a educação se torna um negócio: ideologia neoliberal na educação e a cristalização do novo senso comum pedagógico. **Educação Unisinos**, São Leopoldo, v.24, p. 1-19, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/edu.2020.241.19585>. Acesso em: 14 jun. 2023.

MBA KIDS BRASIL. **MBA Kids & Teens**. São Paulo, [2022].

OLIVEIRA, I. L.; HENRIQUES, M. S.; LIMA, F. P. Um modelo analítico das práticas discursivas no contexto das organizações: proposta metodológica em construção. In: Encontro Anual da Compós, 28., 2019, Porto Alegre. **Anais [...]** Belo horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2019.

OLIVEIRA, I. L.; PAULA, C. F. C. Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentidos? In: OLIVEIRA, I. L.; SOARES, A. T. N. (org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2019.

SAVIANI, D. O Neoprodutivismo e suas variantes: neoescolanovismo, neoconstrutivismo, neotecnismo. In: SAVIANI, D. **História das ideias pedagógicas no Brasil**. Campinas: Autores Associados, 2019.

## **Education and the formation of the neoliberal subject: critical analysis of the discourse of the MBA Kids extracurricular school**

### **Abstract**

This article critically analyzes the neoliberal discourse that manifests itself in the proposal of the extracurricular school MBA Kids Brazil, from the statements present in its institutional website, and how these contribute to the formation of the neoliberal subject. It seeks to understand, inspired by Critical Discourse Analysis, the text, discursive practice and social practice, which are constituted in the discourses and the social context in which they are inserted. The results point to the transformation of education, formal or non-formal, into a product that acts in the formation of entrepreneurial subjects, based on a pedagogy of competencies.

### **Keywords**

discourse; neoliberal subject; market; education; enterprising

### **Autoria para correspondência**

Ivone de Lourdes Oliveira  
ivonepucmg@gmail.com

Samuel Rubens  
samuelrboliveira@gmail.com

Adrielle Aparecida da Silva Ferreira  
adri.silva23@gmail.com

Fabrcio Wagner do Nascimento Cavalcante  
irfabriciowagnernj@gmail.com

Marcus Túlio Oliveira Neto  
soumarcustullius@gmail.com

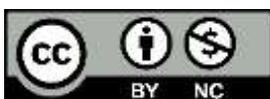
Regiane de Freitas Nepomuceno  
regiane-nepomuceno@hotmail.com

## Como citar

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; RUBENS, Samuel; FERREIRA, Adrielle Aparecida da Silva; CAVALCANTE, Fabrício Wagner do Nascimento; OLIVEIRA NETO, Marcus Túlio; NEPOMUCENO, Regiane de Freitas. Educação do sujeito neoliberal: análise crítica do discurso da escola extracurricular MBA Kids. **Intexto**, Porto Alegre, n. 56, e-133242, 2024. <https://doi.org/10.19132/1807-8583.56.133242>

Recebido: 15/06/2023

Aceito: 25/10/2023



Copyright (c) 2024 Ivone de Lourdes, Samuel Rubens, Adrielle Aparecida, Fabrício Wagner, Marcus Túlio, Regiane de Freitas. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.