



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

## **Mídia, Política e Empreendedorismo: uma análise do ethos de João Dória Jr, o CEO de São Paulo<sup>1</sup>**

**Thainá Evellyn Martiniano Alexandre<sup>2</sup>**

**Graduanda em Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas**

### **Resumo**

Considerado o tradicional lugar da mídia na circulação, engajamento e promoção de agentes políticos, concomitantemente à emergência de uma cultura empreendedora no cenário político-econômico brasileiro, a proposta deste trabalho é analisar o discurso de João Dória, ex-prefeito da cidade de São Paulo, a partir de um corpus ampliado de entrevistas, palestras e vídeos de sua campanha política, bem como sua trajetória enquanto prefeito. Para tanto, focamos nossa análise sobretudo nos relatos de vida de Dória, carro-chefe de seu discurso político, buscando entender em que medida seu ethos encarna uma figura ao mesmo tempo empreendedora e política em um campo político cada vez mais marcado por elementos da cultura neoliberal.

**Palavras-chave:** Discurso; Político; Empreendedorismo; João Dória Jr.

### **Introdução**

O neoliberalismo, enquanto sistema de pensamento tipicamente econômico, tem ganhado cada vez mais espaço nos campos político e cultural. Trata-se, para Harvey (2006), de uma ideia na qual a promoção do bem-estar humano está associada a políticas econômicas que maximizam as liberdades empresariais e individuais. Mas essas liberdades se estruturam, antes de tudo, sob uma lógica de mercado, de livre comércio e de direito à propriedade privada. Nesse sentido, a liberdade é um forte apelo da política neoliberal.

Se há algumas décadas essa política econômica se expandia, aparentemente, de maneira tímida, hoje, podemos dizer que ela exerce forte influência no campo político brasileiro. A relação entre política e economia se encontra cada vez mais evidente em nossa sociedade, a exemplo da retórica empreendedora evocada cada vez mais nos discursos que circulam no campo político. A figura do empreendedor dentro do neoliberalismo é construída à imagem de um salvador, corporificando-se em sujeitos como o prefeito João Dória Jr, ou, como tem sido chamado, o CEO de São Paulo<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 3º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado no dia 10 de outubro de 2018.

<sup>2</sup> Graduanda do 7º período do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas. E-mail: thaynamartiliano@gmail.com.

<sup>3</sup> Capa da Revista Forbes, Ed. Nº 48, 2016: João Dória, O CEO de São Paulo



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Conhecido amplamente como empresário bem-sucedido no Show Business nas áreas de Comunicação e Publicidade, especialmente depois de sua participação no programa O Aprendiz, Dória construiu sua imagem como modelo de gestor. Sua história de vida, estruturada sobre uma narrativa de superação e sucesso, gira em torno de suas conquistas no mundo de negócios. Empresário, publicitário e apresentador de TV, teve sua carreira de gestor iniciada antes mesmo de ter se graduado em Comunicação Social, aos 18 anos, quando foi diretor da TV Tupi e da maior agência de publicidade do país na época, a MPM, em São Paulo.

Como faz questão de ressaltar em entrevistas, seu sucesso profissional começou a se desenhar com a experiência no setor privado, tendo sua primeira passagem pelo setor público na década de 1980, quando foi indicado, pelo então prefeito Mário Covas, para ser secretário de Turismo da cidade de São Paulo e presidente da Paulistur. Tornou-se, posteriormente, presidente da Embratur e do Conselho Nacional de Turismo durante o governo Sarney, entre os anos de 1986 e 1988. E, em 2016, com um discurso intitulado “apolítico” e pautado na proposta de gerir eficientemente a cidade<sup>4</sup>, venceu as eleições para a prefeitura de São Paulo, primeiro cargo público eletivo que disputou.

Assim, a relação de Dória com a imagem de empreendedor moderno parece cada vez mais afinada. Segundo Ehrenberg (2010), os indivíduos que se destacavam midiaticamente, apresentando-se como modelos de pessoas bem-sucedidas, eram sobretudo aqueles que atuavam no campo do entretenimento, geralmente estrelas do esporte, do cinema e, no caso do Brasil, estrelas da televisão. Hoje, contudo, “as figuras espetaculares e as formas de espetáculo escapam, de agora em diante, à espacialização (o cinema, o esporte, etc.) para se tornarem um modo de ser da sociedade e um modelo de ser na sociedade” (EHRENBERG, 2010, p.49).

João Dória encarna esse herói popular através de uma narrativa de superação que eleva sua própria história à posição de carro-chefe de sua campanha política. Não se apega, em primeira instância, ao discurso político tradicional que visa o apelo a promessas voltadas para o interesse público. Foca, ao contrário, na promoção de um modelo de gestão empreendedora, cujo empreendimento maior é o gerenciamento de sua própria trajetória de sucesso. Mais uma vez, a lógica neoliberal se apresenta, através do apelo à meritocracia no relato da história de vida.

---

<sup>4</sup> “*Eu sou um gestor. Eu fui eleito para ser um gestor*”. Fala de João Dória no programa Roda Viva, exibido em 07/11/2016. Minuto: 14:58.



Considerado o tradicional lugar da mídia na circulação, engajamento e promoção de agentes políticos, concomitantemente à emergência de uma cultura empreendedora no cenário político-econômico brasileiro com a ascensão de figuras políticas como a do prefeito João Doria Jr, nos debruçamos em um *corpus* ampliado composto por entrevistas, palestras e vídeos de sua campanha política, bem como sua trajetória enquanto prefeito.

O presente artigo é fruto das discussões na Disciplina de Teoria de Opinião Pública, ministrada pela professora Msc. Emanuelle Rodrigues, e com ele, buscamos analisar, mobilizando os conceitos de análise do discurso de linha francesa, o *ethos* de João Doria, através dos relatos de vida e a relação da figura do empreendedor como modelo de vida heroica dentro do discurso neoliberal.

### **CEO de São Paulo: O ethos de João Doria**

“O que leva um empresário de sucesso a se arriscar na conturbada vida pública?”. Esse é o questionamento que a Revista Forbes, na edição 48 de 2016, faz à João Doria, o “CEO de São Paulo”, como foi intitulado na matéria. Segundo Doria, que começou sua vida profissional muito cedo, aos 13 anos de idade, quando foi “bater na porta de uma agência de publicidade”<sup>5</sup>, onde seu pai, João Agripino da Costa Doria, deputado federal e publicitário, tinha trabalhado e “deixado lá uma boa imagem”<sup>6</sup>. Ainda muito jovem, passou a exercer cargos de gestor na TV Tupi, foi diretor de comunicação, aos 21 anos, da Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), faculdade na qual se graduou, e da TV Bandeirantes. Posteriormente, fundou a agência DLS e foi sócio da empresa de Relações Públicas Voice.

Antes de sua ascensão profissional, Doria relata momentos de dificuldade que passou com a família. Seu pai, empresário bem-sucedido, teve seu mandato cassado pela ditadura militar e foi exilado na França. Assim, evoca a todo tempo, em seu relato, o sofrimento na sua trajetória, cujo conforto possibilitado pelo pai à família não mais estava presente em suas vidas. Apesar dos momentos de dificuldade, ele afirma que essa fase conturbada deixou lições que ele leva para toda vida:

Em toda dificuldade extraia a melhor lição, porque toda dificuldade traz lições importantes. Antes do desespero, tem o ensinamento. E o que nos ajudou muito nesse período (de dificuldades), foi oração! Comecei a trabalhar com 13 anos, fui bater na porta de uma agência de publicidade, onde eu sabia que meu pai tinha trabalhado e tinha deixado lá uma boa imagem. Foi meu primeiro emprego, eu tinha 13 anos, minha primeira carteira de trabalho, que aliás, eu mostrei recentemente para o Lula, que ele

<sup>5</sup> Doria em Palestra na Expert 2017, evento organizado pela XP Investimentos.

<sup>6</sup> Doria em Palestra na Expert 2017, evento organizado pela XP Investimentos.



achou que eu não tinha carteira de trabalho. Eu tinha uma fé, uma determinação, principalmente fruto dessas orações ao lado da minha mãe e do meu irmão menor. De que eu trabalhando, eu poderia minimizar o sofrimento da minha mãe. (sic) (Doria em Palestra na Expert 2017, no dia 24 de Junho de 2017)

A noção de ethos, apresentada por Aristóteles e ampliada por Maingueneau (2008) e Eggs (2016), é importante aqui na medida em que fornece as bases para se analisar o discurso de Doria, visto que há, a nosso ver, um esforço deliberado por parte dele de construir uma imagem de si enquanto modelo de político. Distancia-se, em certo sentido, da imagem tradicional de político, construindo um discurso que se aproxima muito mais do modelo heroico do empreendedor moderno, tal como apresentado por Ehrenberg (2010, p.75): “O empreendedor é uma representação da mobilidade, uma multiplicação das vias de acesso à individualidade”.

Aristóteles (*apud* EGGS, (2016) enumera três qualidades que inspiram confiança ao enunciar um discurso, a saber: ter ar ponderado, se apresentar como um homem simples e sincero e dar uma imagem agradável de si. Tais qualidades se apresentam no discurso de Doria quando relata sua história de vida para mostrar uma trajetória de superação comum a qualquer indivíduo, buscando construir, ao mesmo tempo, laços afetivos com seus co-enunciadores. Apesar de afirmar não ser um político e tão pouco tradicional, sua fala envolve estratégias discursivas bastante conhecidas neste cenário.

Tive que lembrar das lições de meu pai, para ser guerreiro, para trabalhar, para colocar no meu objetivo: eu vou vencer! E vou vencer trabalhando, fazendo aquilo que as pessoas corretas fazem: trabalhar! E foi exatamente isso que eu fiz ao longo de toda a minha vida e sempre fui um apaixonado, dedicadíssimo, absolutamente focado para fazer as coisas e ser determinado para fazer bem feito. Consegui ter sucesso profissional, primeiro, depois empresarial, até o ano passado, no início do ano passado tomei uma decisão (a de se candidatar). (sic) (Doria em Palestra na Expert 2017, no dia 24 de Junho de 2017)

Considerando as diferentes estratégias evocadas na construção da imagem de si, Eggs (2016) conclui que o ethos constitui a condensação das três dimensões da retórica (ethos, logos e pathos). Assim, “em todos os contextos, o logos convence em si e por si mesmo, independentemente da situação de comunicação concreta, enquanto o ethos e o pathos estão sempre ligados à problemática específica de uma situação e, sobretudo, aos indivíduos concretos nela implicados”. (EGGS, 2016, p.41)

Na construção de sua imagem, Doria estimula, por meio do *pathos*, as emoções da plateia a partir do compartilhamento de sofrimentos em comum. Ao mesmo tempo, retoma ensinamentos de seu pai que o motivaram a seguir em frente e continuar trabalhando para “vencer na vida”, valor



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

amplamente compartilhado como necessário para qualquer indivíduo que deseja fazer-se a si mesmo como empreendedor bem-sucedido. Legítima, desse modo, o sucesso alcançado, afiançando seu discurso por meio de uma história que atesta o que é dito, isto é, construindo uma relação de causa e efeito entre uma longa trajetória de perdas e esforços individuais com conquistas que se materializam especialmente em bens materiais e fama, conhecidas previamente pela plateia.

A figura do fiador é fundamental no processo de adesão de plateia a um dado enunciado, permitindo ativar, segundo Maingueneau (2008), um conjunto de estereótipos que reforçam a legitimidade de um dado comportamento. Assim, a plateia “o identifica apoiando-se em um conjunto difuso de representações sociais, avaliadas positiva ou negativamente, de estereótipos, que a enunciação contribui para reforçar ou transformar” (MAINGUENEAU, 2008, p.65), como é o caso do ethos empreendedor evocado por Doria ao narrar sua história de superação e sucesso. A avaliação deste último, por sua vez, fica a critério da plateia, reforçando a afirmação do autor de que o ethos não é dito, mas mostrado através da forma como o enunciador constrói sua imagem perante os enunciatários.

Ainda, segundo o autor, o ethos resulta da intersecção entre ethos discursivo (mostrado), ethos pré-discursivo e ethos dito. O primeiro se refere a uma forma de ser e se portar, relacionada a tomada de posição no e pelo discurso, enquanto o segundo remete à memória discursiva do público em relação aquele que enuncia e o terceiro a um conjunto de fragmentos que o enunciador evoca na sua própria enunciação. No caso de Doria, o público já conhece seu sucesso como empresário antes mesmo de adentrar no campo político. Mas o que atesta sua legitimidade para atuação neste último está associada a forma como esse fiador articula corpo e discurso, gerando adesão não apenas pelo caráter de sua personalidade como pela corporalidade que assume no ato de enunciação. Doria é fiador de seu discurso na medida em que apresenta provas daquilo que enuncia: seus bens materiais, sua fama, seu estilo de vida, seus valores como empresário e toda sua trajetória no *show business*.

Ao construir uma imagem de si que dialogue não apenas com um público de empresários, mas também com pessoas “comuns” e até mesmo de classe socioeconômica diferente da sua, Doria acaba por articular política e economia em um mesmo discurso. E nesse processo de construção do ethos, o pathos se sobrepõe ao logos, característica comum do discurso político evocado nas campanhas tradicionais, contradizendo o argumento central de Doria, que afirma não ser um político, mas um gestor:

Mas eu quero ser um gestor, a população não está preocupada se você é da esquerda ou da direita, se você é liberal ou não é liberal. Está preocupada qual é a solução para os



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

problemas do meu bairro? Para saúde, para educação, para segurança, para mobilidade urbana, para habitação, entre outros. O que a população quer é isso. E isso é o gestor que vai poder apresentar estas soluções. Organizando bem a cidade, trazendo o setor privado para apoiar várias iniciativas e tirando o Estado onde ele não é necessário. (sic). (João Doria em entrevista ao programa Roda Vida, da TV Cultura. Exibido em 07/11/2016)

Charaudeau (2008) afirma que o discurso político decorre da relação entre razão e paixão, englobando ethos, logos e pathos em suas estratégias discursivas. O discurso legitima a ação assegurando o ato de veracidade e sinceridade utilizado pelo ator político, no qual o ator busca a legitimação, credibilidade e captação. A legitimação parte do contato com o ouvinte, gerando uma credibilidade na qual quem ouve se identifica e é capturado pela emoção e dramatização a qual foi exposto. Quanto ao questionamento feito pela revista Forbes Brasil a Doria sobre a motivação que o levou a se arriscar no campo conturbado da política, ele responde no maior evento para empreendedores da América Latina, a Expert 2017:

Qual a minha grande motivação para disputar a prefeitura? Quem ama o Brasil, quem ama de verdade o Brasil, não pode achar que depois de treze anos de PT, treze anos de Lula e Dilma, o Brasil poder voltar para essa gente, não dá...não dá! E eu vou ajudar da forma que puder para evitar que isso aconteça. Eu tenho filhos como vários de vocês, eu não quero que meus filhos percam a esperança e o sentimento de brasilidade. Eu não quero que meus filhos pensem que o Brasil é um país povoado de corruptos. (sic) (Doria em Palestra na Expert 2017, no dia 24 de Junho de 2017)

O discurso político é baseado em uma função de interesses e identidade dos atores sociais. Onde esse ator social é um sujeito político que possui valores, que construiu uma identidade discursiva articulando a teoria e prática, com posicionamentos ideológicos e estratégias.

A noção de ethos se faz importante para nos ajudar a compreender como João Doria Jr constrói uma imagem de si que dialoga fortemente com os valores neoliberais, tornando-se uma espécie de porta-voz dessa cultura político-econômica que se prolifera no Brasil, elevando a conduta empreendedora à posição de comportamento desejável. Como produto da cultura neoliberal, a meritocracia se apresenta como um apelo no discurso de Doria, especialmente quando ele destaca em sua história de superação o papel do trabalho tanto no sentido vocacional como de um fator fundamental para se alcançar o sucesso.

Podemos dizer que a ênfase na qualidade de gestor é, nesse sentido, sintomática de uma sociedade que se calca nos valores neoliberais, reforçando ao mesmo tempo a necessidade de



**COMUNICON2018**  
congresso **internacional**  
**comunicação e consumo**

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

diminuição do poder do Estado em detrimento de maiores liberdades individuais, ou seja, maior autonomia, maior poder do indivíduo sobre se mesmo.

### **Relações entre empreendedorismo e política no discurso de Doria**

Na perspectiva do assujeitamento, a natureza da dominação varia conforme uma série de elementos, mas segundo Weber (2014) um fator normalmente é decisivo: a crença na legitimidade. Ainda que as teorias e os estudos sobre a relação entre dominantes e dominados seja bastante discutível hoje, em especial, por autores como Scott Lash (2007), que entende o poder no contexto da alta modernidade muito mais como uma questão de invenção do que reprodução, a noção de dominação, sobretudo a carismática, parece muito reveladora quanto às relações entre sociedade e política. Embora apresente três tipos de dominação legítima, a saber: 1. Racional; 2. Tradicional; e 3. Carismática, Weber (2014, p.139) sustenta que

nenhuma dominação contenta-se voluntariamente com motivos puramente materiais ou afetivos ou racionais referentes a valores, como possibilidade de sua persistência. Todas procuram despertar e cultivar a crença em sua “legitimidade”.

Mesmo a dominação não sendo sempre orientada pela legitimidade, ela é um elemento importante para o que temos tratado aqui: a crença no mérito do sucesso de Doria. A relação entre os discursos de Doria pode também contribuir muito para sua compreensão, mostrando ser possível identificar um conjunto de elementos análogos significativos entre o ethos político e o econômico em um mesmo discurso. Na tentativa de materializar alguns elementos em comum dos campos político (na figura do representante político) e econômico (na figura do empreendedor) no discurso de João Doria, elencamos alguns fatores (Tabela 1) em comum entre esses dois campos e que estão presentes no discurso analisado, embora o próprio enunciador busque certo distanciamento em relação à figura do político.



TABELA 1 – Relações entre os ethos político e empreendedor de João Doria

FATORES	POLÍTICO	EMPREENDEDOR
Gestão	Acredita que os representantes de Estado devem considerar a eficiência produtiva típica da administração empresarial como uma máxima.	Quanto maior a produtividade, mais eficiente e melhor a empresa.
Liderança	Exerce de maneira autoritária, não democratizando suas decisões. Hierarquização.	Embora reitere a importância de todos na construção de uma organização mais eficiente, a hierarquia é um fator importante. Busca se afirmar como exemplo.
Religião	Está ligada ao esforço e ao trabalho. Adepto da maior religião do país, a Católica. Acredita que é através da fé e do trabalho que se pode prosperar. Usa esse elemento para demonstrar que é uma pessoa como qualquer outra que já passou por “provações”.	Aparece como um elemento importante associado ao esforço e ao trabalho. Acredita que é através da fé e do trabalho que se pode prosperar.
Finanças	O Estado deve buscar na Iniciativa Privada parcerias que possam otimizar a execução dos trabalhos e a custo mínimo.	Devem ser administradas de forma eficiente, tal como nos modelos propostos na academia.
Educação	Meio pelo qual as pessoas podem se desenvolver e se tornarem cidadãos mais eficientes em suas tarefas diárias.	Através da educação “prática”, voltado para questões de mercado, é que se consegue atingir o sucesso, portanto a educação é essencial.
Família	Espaço essencial na formação do caráter do ser humano. De onde vem seus ensinamentos.	Acredita que é a base para ajudar a conseguir as conquistas. É a família que dá força e motiva a continuar.
Trabalho	Essa é a principal ferramenta de transformação da vida pessoal, através do trabalho, com dedicação e esforço é possível ter conquistas na vida. A meritocracia é o valor mais estimado.	Essa é a principal ferramenta de transformação da vida pessoal, através do trabalho, com dedicação e esforço é possível ter conquistas na vida. A meritocracia é o valor mais estimado.



Cultura	A cultura é equivalente, nesse discurso, a uma ideia de alta cultura.	Tal discussão só faz sentido dentro de um espaço de mercado, onde se possa separar alta cultura e cultura exótica.
Uso das mídias	Principal meio de divulgação das ações de João Doria enquanto prefeito e aproximação de seus eleitores.	Excelente meio para compartilhar seu exemplo e vender seu trabalho.
Adeptos/Seguidores	Acreditam que o poder público é pouco eficiente e só o mercado pode salvar o país da crise.	Acreditam no elo com sua história de vida e o têm como exemplo de sucesso que desejam alcançar.

A intersecção desse conjunto de elementos é estruturada segundo um fator comum: o carisma, aquilo que denomina como um tipo de qualidade pessoal extra cotidiana

[...] e em virtude da qual se atribui a uma pessoa poderes ou qualidades sobrenaturais, sobre-humanos ou, pelo menos, extra cotidianos específicos ou então se a toma como enviada por deus, como exemplar, e, portanto, entre “líder”. [...] o que importa é como de fato ela é avaliada pelos carismaticamente avaliados – os “adeptos” (WEBER, 2014, p.159, *grifos do autor*).

O carisma é um elemento presente nos dois principais domínios discursivos presentes no discurso de João Doria, o de empreendedor e o de político. A materialização da dominação pelo carisma se apresenta através desse fenômeno de “líder genuíno” (WEBER, 2014) que pode criar mandamentos *novos*, e no caso de Doria, ele cria, aparentemente, um novo modo de ser político.

Diante da inércia do serviço público, Doria busca no setor privado alternativas para acelerar os processos e ações de sua gestão, como na campanha #AceleraSP<sup>7</sup>. Usufrui de sua experiência no setor privado e faz a aproximação com o serviço público, utilizando-se de parcerias com a iniciativa privada para agilizar as ações na cidade de São Paulo, em troca de propagandas para empresas parceiras. Além disso, é um *showman*, todas suas ações são postadas com a hashtag #JoãoTrabalhador (Figuras 1 e 2) em suas páginas pessoais nas redes sociais, que juntas chegam a 4,5 milhões de seguidores.

<sup>7</sup> A hashtag foi criada em 2016 em sua campanha para prefeito de São Paulo e estava ligada a uma de suas propostas mais polêmicas, a do aumento da velocidade permitida nas marginais da cidade.



**COMUNICON2018**  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

FIGURA 1 – Doria em ação como jardineiro, no programa “Cidade Linda”, criado por ele



FIGURA 2 – Doria em ação como pintor, em uma de seus atos como prefeito: a pintura dos muros da cidade, apagando os grafites





Nesse sentido, o carisma de Doria se apresenta como um elemento determinante em sua enunciação, contribuindo para a construção de um ethos que evoque essa figura de trabalhador, seja no serviço público ou privado. O reconhecimento vindo de seus fãs não é apenas ligado à sua figura política, mas, principalmente, a figura do empreendedor, que como já foi tratado neste trabalho, dentro da lógica neoliberal se assemelha a figura do herói.

### Considerações Finais

Ao se apresentar como um “não político” em diversas falas públicas, Doria está, de fato, fazendo política. No contexto de aversão da população a figuras de líderes políticos tradicionais, Doria se coloca como a alternativa a essas figuras. É um “gestor” e se apresenta como a solução para um público em crescimento, aquele que limita o exercício da sua cidadania ao voto e entende o interesse público como a mera soma de interesses privados. Agregado ao seu discurso “não-político” e gestão empreendedora, há toda sua história de sucesso que já é conhecida no imaginário da população, ou seja, constitui seu ethos pré-discursivo. Em sua campanha ele narra os caminhos de superação que o fez alcançar esse sucesso, dentro de uma narrativa neoliberal de trabalho e meritocracia.

Mas podemos encontrar controvérsias ao seu discurso, como o fato de deixar a prefeitura para se candidatar a Governador do Estado de São Paulo, o que nos parece reiterar um posicionamento tipicamente político. Ainda sobre a dominação carismática, conceito que nos ajuda a entender o discurso de Doria, contém também em seu cerne características autoritárias, justamente por ter a legitimidade e o reconhecimento do público. É o caso do projeto em que ele mesmo pinta os muros grafitados da cidade de cinza<sup>8</sup>, o que reitera a relação discutida anteriormente entre alta e baixa cultura, e a retirada de pessoas da Cracolândia à base de força policial<sup>9</sup>.

Por fim, após essa breve reflexão, nos parece latente essa aproximação cada vez mais profícua entre os discursos político e econômico, da qual Doria é apenas um caso entre tantos. Ele traz à tona dois processos que parecem estruturar a política neoliberal anti-Estado, como encontramos em Dardot e Laval (2016): o de destruição, que tem como principal agente o Estado, e o de construção, centrado na figura do Empreendedor. No primeiro caso, enquanto ao Mercado cabe a produção do equilíbrio, o Estado surge como a figura de destruição por meio de intervenções políticas moralistas. No segundo,

<sup>8</sup> [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/24/politica/1485280199\\_418307.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/24/politica/1485280199_418307.html)

<sup>9</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2017/05/1886608-demolicao-de-parede-de-imovel-deixa-dois-feridos-na-cracolandia-em-sp.shtml>



COMUNICON2018  
congresso internacional  
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL  
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO  
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

o empreendedor surge como princípio de conduta construtiva para a construção da nova ordem social, baseada na meritocracia e no trabalho individual.

O neoliberalismo, nesse sentido, é mais que um discurso: trata-se de um projeto político que “visa a introduzir, restabelecer ou sustentar dimensões de rivalidade na ação e, mais fundamentalmente, moldar os sujeitos para torna-los empreendedores que saibam aproveitar as oportunidades de lucro e estejam dispostos a entrar no processo permanente da concorrência” (DARDOT; LAVAL, 2016, p.136). Logo, ao contrário do que afirma Doria, nada mais político do que promover um modo de conduta empreendedor como sendo a base para o modelo de superação das diferenças em um país que, em 2017, estava ocupando o 10º lugar no ranking de desigualdade social no mundo, segundo dados Relatório de Desenvolvimento Humano (RDH), elaborado pelas Nações Unidas<sup>10</sup>.

## Referências

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2008. Tradução de Fabiana Komesu e Dílson Ferreira da Cruz.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. São Paulo: Ideias & Letras, 2010.

EGGS, Ekkehard. **Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna**. In: AMOSSY, Ruth (org). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2a Ed. São Paulo: Contexto, 2016. P.29-54.

HARVEY, David. **Liberalismo como Destruição Criativa**. InterfacEHS - Revista de Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade, Vol. 2, No 4, 2007. P.1-30.

JOÃO DORIA NEWS. **João Doria na Expert 2017**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=O5hnMEX7NcM&t=1074s>>. Acesso em: 15 de março de 2018.

LASH, S. **Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation?** In: **Theory, Culture & Society**. Vol. 24, Issue 3, 2007, p.55-78.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

RODA VIVA. **João Doria**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KDEhT7aUurE>>. Acesso em 16 de março de 2018

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. 4. Ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2014.

<sup>10</sup> <https://oglobo.globo.com/economia/brasil-o-10-pais-mais-desigual-do-mundo-21094828#ixzz5Cn6Isg6W>