

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

**Christian Oliveira Bernardo**

**“Racionalizar as coisas”**: a noção de pessoa a partir de um grupo de celebrantes estoicos

Juiz de Fora

2024

**Christian Oliveira Bernardo**

**“Racionalizar as coisas”**: a noção de pessoa a partir de um grupo de celebrantes estoicos

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais. Área de Concentração: Cultura, Produções Simbólicas e Processos Sociais.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cristina Dias da Silva

Juiz de Fora

2024

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Bernardo, Christian Oliveira.

“Racionalizar as coisas”: a noção de pessoa a partir de um grupo de celebrantes estoicos / Christian Oliveira Bernardo. -- 2024.  
123 p. : il.

Orientadora: Cristina Dias da Silva  
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2024.

1. Noção de pessoa. 2. Ambiente digital. 3. Estoicismo. 4. Antropologia das emoções. 5. Sociologia das emoções. I. Dias da Silva, Cristina, orient. II. Título.

**Christian Oliveira Bernardo**

**“Racionalizar as coisas”**: a noção de pessoa a partir de um grupo de celebrantes estoicos

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais. Área de Concentração: Cultura, Produções Simbólicas e Processos Sociais.

Aprovada em 20 de agosto de 2024

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Cristina Dias da Silva - Orientador  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Lilian Leite Chaves  
Universidade Federal de Roraima

---

Prof. Dr. Raphael Bispo dos Santos  
Universidade Federal de Juiz de Fora

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por Sua infinita misericórdia e pela sorte de ter tantas pessoas e tantos motivos para agradecer.

Agradeço à minha família, especialmente aos meus pais, por me ensinarem tanto. À minha mãe, Tiana, pelo incentivo preambular à leitura e à poesia, pela compreensão e motivação que foram tantas vezes fundamentais para a minha trajetória. Ao meu pai, Antonio, pelas conversas sobre a vida, pela música e por ter sido tantas vezes solidário, mesmo quando o cansaço poderia ser um empecilho. A dedicação e o esforço de vocês me ensinam e inspiram profundamente.

Às minhas irmãs, Cristiany e Jussara, pelo carinho e amor que me serviram de suporte inúmeras vezes e com as quais tanto aprendi. Obrigado por serem ouvintes atenciosas e por confiarem em mim tanto do tempo de vocês. Ao meu sobrinho, Ryan, pelos risos, pela confiança e o companheirismo que tornaram os dias mais leves.

Agradeço aos amigos e companheiros que fiz em Juiz de Fora, que proporcionaram tantas boas lembranças. A todos da extinta Rep303, em especial os amigos Eduardo Quelis, Eduardo Maia (Dudu) e Luiz Diego, que no convívio diário foram companheiros imprescindíveis. A Janderson Sauma, pelas inúmeras conversas que trouxeram inspiração. A Jean Mendes, cuja amizade e carinho jamais esmoreceram, mesmo que o tempo e a distância tantas vezes tentassem dizer não.

À minha orientadora, professora Dr<sup>a</sup>. Cristina Dias da Silva, por acolher minhas ideias com tanta atenção, pela compreensão e paciência com minhas dificuldades. Sua habilidade e dedicação foram inspiração ao longo de toda a minha jornada.

À professora Dr<sup>a</sup>. Lilian Leite Chaves e ao professor Dr. Raphael Bispo dos Santos, pelas contribuições, sugestões, direcionamentos que enriqueceram o trabalho e pela leitura atenta e acurada do texto.

À Universidade Federal de Juiz de Fora, que através do Programa de Bolsas de Pós-graduação, possibilitou esta pesquisa.

## RESUMO

A presente dissertação tem por objetivo investigar a noção de pessoa articulada por grupos de estoicos em plataformas digitais e redes sociais, a partir da observação do cotidiano de uma comunidade de estoicos, sua rede de relações e outros grupos que também celebram a filosofia no Instagram. Essa rede de pessoas vinculadas à celebração do estoicismo, enquanto uma filosofia prática, está relacionada a concepções de empreendedorismo e a tipos específicos de consumo e estilo de vida que efetivamente constituem certa noção de pessoa. No decorrer da dissertação, percebemos que ao formular contextualizações da filosofia antiga, estes grupos acabam atualizando aspectos das chamadas literaturas de gestão empresarial, conduzindo-nos a novos modelos de ação e representação do ideal do empreendedorismo. Para que fosse possível compreender esse campo, além da observação participante nos meios digitais, apresentaremos algumas das leituras abordadas e indicadas por essas pessoas, o que nos levou a duas esferas de análise: (1) a relação com a agência financeira/empresarial, elaborada a partir das literaturas de gestão empresarial, de autoajuda e o contato com o fenômeno do coaching e (2) a relação com o campo das emoções, que engloba parte significativa das representações construídas pelos celebrantes do estoicismo. Ambas as dimensões combinadas são tratadas aqui a partir da noção de estilo de vida.

**Palavras-chave:** Noção de pessoa; Ambiente digital; Estoicismo; Antropologia das emoções; Sociologia das emoções.

## ABSTRACT

The aim of this dissertation is to investigate the notion of person articulated by groups of Stoics on digital platforms and social media, from observing the daily life of a community of Stoics, its network of relationships and other groups that also celebrate the philosophy on Instagram. This network of people linked to the celebration of Stoicism as a practical philosophy is related to conceptions of entrepreneurship and specific types of consumption and lifestyle that effectively constitute a certain notion of person. In the course of the dissertation, we realized that in formulating contextualizations of ancient philosophy, these groups end up updating aspects of the so-called business management literature, leading us to new models of action and representation of the ideal of entrepreneurship. So that it would be possible to understand this field, in addition to participant observation in digital media, we will present some of the readings approached and indicated by these people, which led us to two spheres of analysis: (1) the relationship with the financial/entrepreneurial agency, elaborated from business management literature, self-help literature and contact with the coaching phenomenon and (2) the relationship with the field of emotions, which encompasses a significant part of the representations constructed by the celebrants of Stoicism. Both dimensions combined are dealt with here from the notion of lifestyle.

**Keywords:** Notion of person; Digital environment; Stoicism; Anthropology of emotions; Sociology of emotions.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Conjunto de postagens com a marcação #estoicismo.....	23
Figura 2	Exemplo de story postado pelo perfil “Vida Estoica”.....	25
Figura 3	Parte dos vídeos mais assistidos do canal “Vida Estoica”.....	27
Figura 4	Print Screen da página “Olhar Estoico”.....	37
Figura 5	Print Screen da página “Curso Prático de Estoicismo”.....	38
Figura 6	Print Screen da página “Aplicando o Estoicismo”.....	39
Figura 7	Print Screen da página “Vida Estoica”.....	39
Figura 8	Print Screen de algumas das "bios" de perfis estoicos.....	40
Figura 9	Story da página “Vida Estoica”.....	41
Figura 10	Comentário em uma postagem do perfil “Vida Estoica”.....	66
Figura 11	Trecho 1 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”.....	69
Figura 12	Trecho 2 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”.....	69
Figura 13	Trecho 3 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”.....	83
Figura 14	Trecho 4 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”.....	84
Figura 15	Stories destacados do perfil “Dias Estoicos”.....	89
Figura 16	Testemunho retirado de uma página de venda de curso de estoicismo.....	96
Figura 17	Conjunto de links que direcionam para grupos de WhatsApp, cursos voltados para a prática do estoicismo e uma loja do perfil dentro do marketplace da Amazon.....	100
Figura 18	Apresentação de um layout para um curso de prática filosófica dentro de um site de domínio próprio.....	100
Figura 19	Exemplo da profusão de diferentes cursos de autodesenvolvimento dentro de um site próprio de uma das páginas observadas.....	101
Figura 20	Detalhes anteriores à compra de um curso sobre autocontrole dentro do marketplace da plataforma de vendas de cursos online chamada Hotmart.....	101
Quadro 1	Quadro sinótico do controle das emoções.....	105

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1	Resultado da busca por “estoico”; “estoica” e “estoicismo” no Instagram.....	50
----------	--	----

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>TRABALHO DE CAMPO: APRESENTANDO OS PERFIS DE CELEBRANTES DO ESTOICISMO NO AMBIENTE DIGITAL.....</b>	<b>19</b>
2.1	METODOLOGIA E ITINERÁRIO: OS PERCURSOS METODOLÓGICOS, OS ESTOICOS E O AMBIENTE DIGITAL .....	19
2.2	A INSERÇÃO NO CAMPO E A BUSCA POR INTERLOCUTORES.....	30
<b>2.2.1</b>	<b>O ambiente digital e o digital como ambiente.....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.2</b>	<b>O Instagram: a rede social e os estilos de vida.....</b>	<b>34</b>
2.3	O ESTILO DE VIDA DOS ESTOICOS: PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS.....	42
<b>3</b>	<b>O ESTOICISMO ANTES E OS ESTOICOS HOJE: O ESTOICISMO COMO FONTE DA PESSOA MODERNA E A PESSOA ESTOICA COMO FORMA DE EMPREENDEDORISMO.....</b>	<b>47</b>
3.1	A PESSOA, O ESTOICISMO E O EMPREENDEDORISMO.....	47
3.2	A ESSÊNCIA E A CONTEXTUALIZAÇÃO.....	54
3.3	O ESTOICISMO CONTEMPORÂNEO.....	57
3.4	O ESTOICISMO PELAS VIAS DO EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDORISMO PELAS VIAS DO ESTOICISMO.....	59
3.5	A ATARAXIA COMO PRÁTICA: DA TRANSIÇÃO PRODUTIVA À CONCEPÇÃO DO SUJEITO DO DESEMPENHO.....	63
3.6	AÇÃO E VALOR: EMPREENDEDORISMO COMO ESFERA DE VALOR.....	71
3.7	IDEIAS E VALORES: EMPREENDER EM SI PARA SE “VIVER BEM”.....	72
3.8	OS VALORES DO MUNDO E O VALOR EM SI: A MORAL EM PRÁTICA.....	76
3.9	A PESSOA ESTOICA NO AMBIENTE DIGITAL E O PRODUTO DO EMPREENDEDORISMO.....	79
3.10	EM BUSCA DA SABEDORIA: O CONHECIMENTO COMO VALOR E PRODUTO .....	81
<b>4</b>	<b>OS ESTILOS DE VIDA E O MERCADO DAS EMOÇÕES.....</b>	<b>87</b>
4.1	“RACIONALIZAR AS COISAS”: A DISCIPLINA E O CONTROLE DAS EMOÇÕES.....	87
4.2	PROMOVENDO O ESTILO DE VIDA.....	93

4.3	EMOÇÕES COMO VALOR.....	97
4.4	O MERCADO DAS EMOÇÕES.....	98
4.5	EMOÇÕES CONTROLADAS E A NOÇÃO DE PESSOA ESTOICA.....	103
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>108</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>116</b>
	<b>APÊNDICE A – Print Screen da comunidade Vida Estoica no Telegram.....</b>	<b>121</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação surgiu a partir de reflexões sobre os temas da representação e da noção de pessoa advindas de iniciações científicas e leituras independentes, nas quais tive a oportunidade de enveredar por obras e conceitos clássicos da Antropologia e suas aplicações, sobretudo no tocante ao contexto da política, do corpo e das narrativas de poder. Nessa trajetória, modulamos todas as nossas atenções para o ambiente digital<sup>1</sup> e nos baseamos em páginas de autoajuda no Instagram, nas quais selecionei, a partir de um afinamento de pesquisas e algoritmos, grupos de estoicos para, a partir da forma como celebram sua filosofia, analisar a noção de pessoa aplicando uma série de propostas baseadas no conceito de representação.

O *corpus* é composto pela participação desses grupos de estoicos em diferentes redes sociais e meios digitais de interação, tais como Telegram, YouTube, blogs e, sobretudo, o Instagram. Essa última tem sido a rede social de maior ocorrência de grupos que se voltam para a celebração do estoicismo como uma filosofia prática, de conteúdo moral e ético. Esses grupos, em geral, possuem a filosofia estoica como conteúdo basilar, contudo, como parte do esforço para “viver a filosofia” – como propagado pela administradora da página “Vida Estoica” –, eles também aplicam a filosofia a diversas esferas da vida. Portanto, como partição do trabalho para compreendermos esses grupos, trabalharemos com uma compreensão do próprio estoicismo enquanto filosofia clássica e suas aplicações práticas e de outras ferramentas, muitas das vezes articuladas concomitantemente à filosofia pelos administradores desses grupos, para admoestar os seguidores e aplicar essa filosofia em nossos tempos, tais como: a autoajuda, o fenômeno *coaching* e a literatura de gestão financeira/empresarial.

Conscientes do potencial e do impacto dos usos digitais como forma de propagação de ideias e estilos de vida, direcionamos a pesquisa para esses grupos compreendendo-os como parte de um grande movimento de migração das mais variadas formas de conteúdos, esferas sociais, de grupos e comunidades para os meios digitais que vêm ocorrendo ao longo de mais de vinte anos. Nesse domínio em que nascem e desfalecem dia após dia modas, modos e ideias, buscamos por demarcar no tempo qual o lugar desses grupos de estoicos, com quem dialogam, quais tipos de poder estão sendo articulados e qual o potencial que têm disponível tanto do ponto de vista macroestrutural,

---

<sup>1</sup> Não obstante a essas características fundamentais de nosso interesse pelos temas que serão desenvolvidos, a migração de toda a pesquisa para o ambiente digital e a fomentação desta pesquisa no campo da antropologia digital se deu também em decorrência da pandemia de COVID-19. O que nos fez reformular toda as ideias iniciais e adequá-las às demandas sanitárias e sociais do período em que as pesquisas começaram a ser desenvolvidas.

quanto microestrutural do ambiente digital. Isto é, quais as ferramentas que dispõem, quais seus objetivos e, sobretudo, quais as representações se baseiam e quais representações se criam entre os criadores de conteúdo e os partícipes desses perfis. Para tanto, pretendemos trabalhar justamente com as representações, pois delas é possível retirar, senão todos, muitos dos constructos de grupos como esses, especialmente se tratando do ambiente digital.

É de amplo conhecimento que as representações estão no cerne da formação antropológica. Embora, na maioria das vezes, esteja deslocada ou transformada em outras noções que a redirecionam para conceitos mais concretos, como nos estudos do *self* ou nos constructos teóricos advindos da clássica Escola de Cultura e Personalidade, as representações são praticamente a base sedimentar de quase toda construção teórica de nossa distinta área de conhecimento. Ao se deixar conduzir pelas vias delicadas da representação, o pesquisador necessitará, abertamente, estar atento a detalhes dos mais diversos tipos e sentidos. Não obstante, essa atenção potencializou várias escolas teóricas diferentes e, conseqüentemente, diversas concepções sobre a representação, seu papel, sua relevância e suas conseqüências. Fatos esses que transparecerão no decorrer de nosso estudo. O que há de ser destacado por ora, é que para os celebrantes estoicos nos meios digitais, construir e distribuir representações sedimenta e coaduna todas as suas particularidades. De tal forma que, quando formos tratar, por exemplo, da noção de pessoa ou da noção de empreendedorismo pensada por esses grupos, quase sempre o faremos em relação a alguma coisa. Poderá vir a ser alguma situação: seja ela histórica, geralmente baseada nos escritos clássicos da filosofia, seja ela cotidiana, baseada em experiências dos administradores e criadores de conteúdo ou com conotações de parábola que podem juntar os dois modelos de situações. Pode também vir a ser através dos objetos, da forma de consumo desses grupos e do apelo ao conhecimento como forma de consumo – não apenas da filosofia estoica. Também pode ser pela estética com a qual operam em seus grupos, ou seja, a construção dos *feeds*, as legendas usadas, as tipografias escolhidas, as cores, as trilhas sonoras etc.

Com isso, as representações vão se estabelecendo como fios de romãs distintos, mas formando um grande tecido de possibilidades explicativas. O que só é possível mediante, justamente, a catalogação desses fios de representação apreendidos das sutilezas caracterizadas acima. Mais do que isso, essas representações não acabam em si, e elas representam aquilo que irá demarcar, em grande medida, o norte de nosso estudo. Quando tratamos de situações, consumo e estética, estabelecemos aquilo que podemos chamar de estilo de vida ou, em outras palavras, o nosso modelo explicativo que tem por objetivo unificar todas essas perspectivas. Ou seja, a construção de um universo compartilhado de estéticas, hábitos de consumo, de linguagem e de poder, envoltos por uma trama simbólica em que se pretende enaltecer e celebrar uma determinada forma de viver, um estilo de vida. A essa forma de viver trataremos como um modelo de formação de um determinado tipo de

pessoa que consegue combinar a relação indivíduo-sociedade com modelos de tecnologia cada vez mais presentes em nossos tempos, no nosso caso, caracterizados pelas redes sociais e suas formas de consumo.

O conceito de estilo de vida é historicamente atrelado à esfera do consumo como demarcação de classe. Em Weber ele aparece como referência de status para grupos específicos, influenciado por fatores como religião, cultura, classe social e outros aspectos da vida social, como pode ser estabelecido na forma de consumo e na ação. Mike Featherstone (1995), atualiza esse conceito ao direcioná-lo para a cultura de consumo contemporânea propriamente dita, de forma indissociável. Assim, utilizamos esse conceito a partir de seus termos, entendendo que ele

conota individualidade, auto expressão e uma consciência de si estilizada. O corpo, as roupas, o discurso, os entretenimentos de lazer, as preferências de comida e bebida, a casa, o carro, a opção de férias, etc. de uma pessoa são vistas como indicadores da individualidade do gosto e o senso de estilo do proprietário/consumidor (Featherstone, 1995, p.119).

Aos celebrantes do estoicismo, essa afirmativa se encaixa perfeitamente, uma vez que todo discurso baseado na filosofia clássica é cercado pelas formas de consumo e pela exposição de um padrão de vida no ambiente digital. Além disso, esse conceito é uma característica altamente potencializada no ambiente digital, como um todo. Como se lá, fosse um lugar de concentração de estilos de vida.

A partir dessa concepção, pretendemos elaborar a relação desse estilo de vida específico dos estoicos no ambiente digital, com a noção de pessoa desenvolvida a partir dele e empregada nesses ambientes digitais. Compreendendo os estilos de vida como uma forma sintetizada de exposição da pessoa e, portanto, uma nova possibilidade de se pensar esse debate a partir de um novo prisma e um novo contexto, uma vez que a discussão sobre a noção de pessoa possa parecer esgotada de novas possibilidades teóricas e analíticas. Portanto, é como se estivéssemos aqui propondo uma digressão à noção de pessoa para, a partir de uma contextualização nos grupos de estoicos no ambiente digital e suas representações, avançarmos para a aplicação desses estilos de vida.

Concomitantemente, pretendemos com isso, enaltecer o valor e potencial da noção de pessoa como uma ferramenta teórico-analítica que ainda possui capacidade de aplicação e explicação do mundo social. Na verdade, Marcio Goldman (1996) postulou bem os paradigmas envoltos à forma como se desenvolveram os estudos sobre as diferentes noções de pessoa, indivíduo e individualismo (em suas multifacetadas possibilidades), ao indicar a noção de pessoa como uma das categorias elementares do pensamento antropológico, demonstrando as diversidades conceituais em torno da ideia de pessoa e o quanto ela implicou em uma retomada criativa para novas abordagens. Entretanto, algumas coisas parecem escapar de seu artigo. Uma delas é com relação ao problema de pesquisa

referente aos trabalhos sobre a noção de pessoa, como se a questão da pessoa surgisse sem ter havido uma necessidade premente para a reflexão sobre ela. Mas, essa não é nossa posição sobre o debate.

Seguramente, há no universo conceitual demarcado pela noção de pessoa recorrentes mudanças de rotas, de propostas essencialistas como as de Dumont (1985), para perspectivas comparativas como as de Vernant (2002), aos contornos particularistas da escola de cultura e personalidade etc. o que também se verifica a partir das distinções dos contextos em que ela já foi empregada: sob prerrogativas históricas ou contemporâneas. Porém, essa variação se torna circunscrita perante uma variação terminológica limitada de acordo com Goldman (1996). Para ser mais preciso,

se a 'noção de pessoa' evidentemente varia de sociedade para sociedade, a noção desta noção não parece variar menos de antropólogo para antropólogo. Pessoa, personalidade, persona, máscara, papel, indivíduo, individualização, individualismo etc., são palavras empregadas ora como sinônimos ora como alternativas – ou ainda em oposição umas às outras. Isso provoca uma certa confusão terminológica que não tenho a menor pretensão de ser capaz de resolver, mas que vale a pena de toda forma tentar expor, uma vez que, como diz Paul Veyne (1978, p. 9), 'a indiferença pelo debate sobre palavras se acompanha ordinariamente de uma confusão de ideias sobre a coisa (Goldman, 1996, p. 85).

Esse é um ponto em que concordamos aqui. Entretanto, é preciso uma ponderação: talvez, o que não foi levado em conta é que do ponto de vista semântico essa variação terminológica restrita, a que se subscreve a noção de pessoa, reflita não apenas um problema acerca da noção de pessoa, mas um problema que está no cerne da interpretação, da descrição e da observação das representações acerca do tema. A questão que nos cabe maior interesse aqui é o ponto de vista epistemológico, porque é nele que se concentra todas as imbricações, conjecturas e particularidades que, por vezes, nem as terminologias e nem a própria semântica podem exprimir. Nesse caso, estamos levando em conta as experiências como parte fundamental da epistemologia. O que nos garante um avanço no debate, integrando teoria e prática, representação e ação, e o entendimento das totalidades sem distingui-las como sugerido por Goldman (1996).

As questões não são simples e a complexidade que se apresenta – até mesmo pelas vias da ambiguidade, como sugere o texto de Goldman (1996) – podem camuflar um importante traço de nossas compreensões sobre aspectos relevantes das culturas – sobretudo no nosso caso, no ambiente digital, um contexto ainda em formação de metodologias e compreensões de suas potencialidades. Primeiramente, a mudança que decorre da abordagem conceitual representa a própria mudança das concepções culturais. Mediante tais mudanças, em um segundo momento, entende-se que as noções que empreendemos culturalmente àquilo que se sugere chamar de indivíduo, pessoa, individualismo etc. também sofre mudanças.

Por um lado, a mudança é, segundo postulado por Elias (1994), o traço mais proeminente das sociedades e, mais precisamente, da relação entre sociedade e indivíduo. Na verdade, as contribuições de Norbert Elias são indispensáveis quando falamos da relação entre a agência enquanto indivíduo, por um lado e enquanto sociedade por outro. Sua contribuição realocou a discussão sobre essa dualidade, para além da simples divisão e separação. Não há indivíduo sem sociedade e não há sociedade sem que haja a relação entre os indivíduos. Para conceber esses termos, o papel da mudança foi essencial, visto que foi a partir de mudanças sociais observadas em uma de suas pesquisas, que Elias (1994) elaborou seu estudo sobre a relação indivíduo/sociedade em *A sociedade dos Indivíduos*. Ele nos relata que, após uma abordagem de cinquenta anos sobre o tema, a mudança se caracterizava como um traço importante na relação supracitada, refletindo, portanto,

mudanças na maneira como a sociedade é compreendida, e até na maneira como as diferentes pessoas que formam essas sociedades entendem a si mesmas: em suma, a auto-imagem e a composição social – aquilo a que chamo o *habitus* – dos indivíduos (Elias, 1994, p. 9).

E é mediante as mudanças que a concepção de uma determinada autoimagem, cheia de significados próprios e relações contextualizadas, surge e reverbera em um determinado período da história. Concordamos com Norbert Elias, portanto, que nem tanto a história, as estruturas sociais e as estruturas psíquicas, mas o conjunto de todas elas, novamente, as totalidades sem distinções, concorrem para processos de mudanças que se elevam das mais sutis para as mais visíveis nas sociedades, o que faz com que, novamente reavivamos o poder das representações. Assim, ao tratarmos das representações dos celebrantes do estoicismo no ambiente digital, queremos fazê-lo acompanhados dessa totalidade. Contudo, em nosso caso, a história abarcará os conceitos e a filosofia; as estruturas sociais podem ser referenciadas pelo ambiente digital, seu funcionamento e suas representações; e as estruturas psíquicas podem ser vistas sobre o estilo de vida compartilhado nesses grupos.

Por outro lado, não é possível perder de vista também a continuidade – ao que alega Elias (1994), no conjunto das estruturas psíquicas, históricas e sociais –, sobretudo, aquela que nos alerta Dumont (1985), dos movimentos que conferem, em muitos casos e sentidos, a intercomunicação de processos e contextos históricos e de valores diferentes. Dumont (1985), ao tratar sobre o assunto na introdução de *O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*, apresenta uma metáfora que nos auxilia na compreensão da ideia de continuidade:

num texto dado, de um dado autor, existem idéias que têm entre si certas relações e, sem essas relações, elas não seriam nada. Essas relações constituem, em cada caso, uma configuração. Essas configurações variam de um texto, de um autor, de um meio a um outro,

mas não variam de todo em todo e podemos esforçar-nos por ver o que elas têm em comum em cada nível de generalização (Dumont, 1985, p. 23).

Existe, portanto, no cerne da história das ideias e das estruturas sociais e psíquicas um nível de generalização que garante sobrevivência a elas em diferentes estruturas e contextos históricos e sociais. Se a contextualização presume a mudança, a reutilização presume continuidade. Assim será possível refletir sobre a utilização da filosofia estoica na atualidade do ambiente digital, em relação a suas variadas concepções ao longo do tempo, sem perder de vista que estamos tratando de pessoas que celebram essa mesma filosofia.

Também é mediante tais ponderações, através da relação entre mudanças e continuidades, que recorreremos a um campo considerado clássico e que, supostamente, teria avolumado sua compreensão a um extremo semântico, interpretativo e epistemológico como é o caso da noção de pessoa. Entendemos que, justamente, segundo as mudanças e diferentes variações e conjugações culturais, a noção de pessoa pode estar sendo construída de diferentes formas ainda hoje. E para acreditarmos em tal pressuposto, um aspecto nos impulsiona aqui: o próprio estoicismo. Distribuidor de características marcantes, presente em muitos textos que contribuíram para a diversificação conceitual da noção de pessoa, como por exemplo, o princípio para a consciência de si, a adaptação ao mundo e o advento do ideal de indivíduo (Mauss, 2018; Dumont, 1985), o estoicismo resguarda suas características e coaduna novas conjugações no nosso contexto.

É a partir dessas novas características que, com as relações com o universo do *coaching*, envolto no fenômeno da autoajuda e elaborados sob a prerrogativa do empreendedorismo, entendemos haver processos de mudanças e continuidades que nos ajudarão a compreender o desenvolvimento da noção de pessoa estoica contemporânea a partir dos estilos de vida compartilhados no ambiente digital. O intuito de articular a análise sobre essa relação é delimitar as representações para podermos ter controle sobre as características que são transmitidas por esses grupos, bem como pelo entendimento de que essa relação se caracteriza como ponto fulcral de diálogo com outras esferas. O que, mesmo em vias da delimitação, nos possibilitará uma análise abrangente sem deixar de nos ater a outras esferas de relações e representações.

Eis, portanto, nossa proposta: reunir durante o texto, modelos históricos, sociais e psíquicos através das mudanças e continuidades que se dão no cerne da filosofia estoica em relação ao estilo de vida dos estoicos que compartilham os valores dessa filosofia no ambiente digital. E, nesse sentido, as mudanças e as continuidades fazem parte do mesmo jogo de auto elaboração. De tal forma que, o estoicismo que é celebrado hoje é igual e, ao mesmo tempo, diferente daquelas tantas outras ocorrências no decorrer da história. Da mesma maneira, a pessoa evocada pelos atuais celebrantes da filosofia estoica se assemelha na continuidade da filosofia, mas se distancia nas mudanças socio-

histórico-psíquicas que são enfatizadas pela participação no ambiente digital. Para que isso seja possível, propomos um texto que se desenvolve da seguinte forma:

No primeiro momento, apresentamos as questões relativas à metodologia e ao itinerário da pesquisa. Tanto as questões iniciais que nos conduziram ao tema, quanto as conjunturas que nos levaram ao objeto de pesquisa. Neste capítulo, além da contextualização da presente etnografia, postulamos algumas das características dos grupos de estoicos que observamos. Em geral, nossa proposta é apresentar as estéticas e as principais características desses grupos no ambiente digital, bem como apresentar nossas concepções de ambiente digital, as características do Instagram e o estilo de vida que esses estoicos estão desenvolvendo nesse ambiente.

Posteriormente, apresentaremos algumas das caracterizações e distinções entre o conjunto clássico da filosofia estoica e a prática dos celebrantes hoje e as relações com o mercado financeiro e o empreendedorismo. Introduziremos essas relações sob o pressuposto da noção de pessoa estoica desenvolvida no ambiente digital. Para contextualizarmo-nos aqui, faremos digressões sobre a temática e, posteriormente, apresentaremos as aproximações de nosso contexto analítico com proposições atreladas a essa temática. Entendendo que a noção que circunda o processo de conceituação da pessoa pode ser extensa, essa digressão nos ajudará a selecionar os caminhos mais cabíveis para a presente análise. Aproveitando também para introduzir o leitor a alguns conceitos e ideias que serão aprofundados nos capítulos subsequentes.

Ainda nessa parte, daremos ênfase à construção da noção de pessoa estoica através das formas de valores que empregam sobre as emoções e a ideia de “viver bem”. Aqui, proporemos uma análise aprofundada do modelo empreendedor advindo do século XX, sua transformação pelas vias de um novo ideal produtivo destacados por Byung Chul Han (2017) e Boltanski e Chiapello (2009). Em geral, essas novas formas produtivas favorecem à capacidade de estabilização para a filosofia estoica ser praticada como *ethos* desses grupos que a celebram no Instagram, doando e recebendo valor deles sob pressupostos da disciplina e do desempenho relacionados ao ideal do empreendedorismo.

Por fim, no quarto e último capítulo, propomos a concepção de uma economia das emoções baseada nos pilares do estoicismo e em sua prática, aliados ao contexto do ambiente digital do Instagram. Na tentativa de analisar a noção de pessoa estoica, nos deparamos com essa grande confluência de mercadorias que se tornou o ambiente digital. Ao mesmo tempo que reitera de maneira extremamente fluida os paradigmas reificados da sociedade, é capaz de criar no social um impacto do qual ainda decorremos a necessidade de analisar e compreender. Ao propor essa relação da forma de agir dos estoicos com o ambiente digital, propomos um novo olhar para esse lugar que ainda estamos a conceber e que, mediante sua fluidez, essa construção se dá de forma tão fragmentária.

Sob esses aspectos pretendemos elaborar uma atualizada concepção da noção de pessoa, sobretudo aquela que tem se desenvolvido significativamente no ambiente digital. Ao explorarmos esse terreno, ainda fértil e em constante atualização, empregarmos uma categoria já demarcado de construção de individualidades, perceberemos o quão profundo e profícuo é o potencial analítico do ambiente digital. Os perfis estoicos e seus celebrantes são um pequeno substrato de um outro substrato que faz parte de um substrato ainda maior e assim por diante. E essa é a complexidade desse lugar.

Esse universo, portanto, se abre como uma etapa diferente das concepções simbólicas que temos como estabelecidas, não pelo fato de propor-nos novas elaborações senão aquelas que já tínhamos antes, mas pela fluidez com que essas elaborações são propostas. Leslie White (1942) dizia que os homens criam novos mundos, filosofias, e ideias com as palavras. A partir daí, preenchemos o mundo de símbolos. Nesse caso, a palavra primeiro preenche o mundo da mente e do espírito e depois o mundo externo, físico. No ambiente digital, existe uma aparente inversão desses valores, as palavras aparentemente estão dadas, dispostas em seus lugares sintáticos, mas os símbolos são mobilizados e são eles que criam os parâmetros para esse novo mundo em uma velocidade que desconhecíamos até então. E talvez, estejamos ainda a aprender a lidar com ela.

Portanto, ter os perfis de estoicos como objeto de nosso estudo, possibilita-nos olhar para símbolos já predispostos e equipará-los com suas aplicabilidades hoje. A construção de uma pessoa estoica no ambiente digital, é basicamente a aplicação de símbolos, o preenchimento de um novo mundo a partir de ideias preexistentes. Essa é nossa tentativa de lidar com a espontaneidade simbólica do ambiente digital, ao mesmo tempo em que tentamos compreendê-lo e classifica-lo.

Nesse mundo transformado pelo poder simbólico, as informações ganham um valor diferenciado. Na verdade, elas são moedas de troca valiosas (Piza, 2012) e as plataformas digitais, cada qual a seu modo, corroboram com a valorização e simultaneamente desvalorização de informações. Se há fluidez dos símbolos, é porque há fluidez das informações e todos estão sujeitos ao papel de informantes. Portanto, etnografia no ambiente digital parece munida de um número infinito de perspectivas, ao mesmo tempo que é dificultada pela magnitude informativa. A quem daremos a credibilidade de ser nossos informantes? Quais símbolos são suficientemente representativos para basearmos nossos estudos? Qual o nível de coesão das comunidades, grupos e perfis?

São perguntas das quais as respostas parecem possíveis apenas com a imersão ao campo. A Tecnologia da Informação possibilitou um acúmulo de dados tão grande ao longo de trinta anos que se tornou aparentemente impossível ao pesquisador ir ao campo, a um determinado grupo como em

nosso caso, apenas com informações daquele grupo específico. O dito “novo ouro”, encontrado no fim do século XX, são os dados informacionais e a própria informação sob o fenômeno *big data*<sup>2</sup>.

Portanto, há muito a desbravar nesse mundo simbólico constantemente renovado e reelaborado. É preciso compreender o espaço digital, as regras e limites desse ambiente, os símbolos específicos desse ambiente, quais relações são elaboradas nessa teia simbólica entre digital-grupo-digital etc. Sobretudo, compreender quais papéis humanos e propriamente culturais estão sendo adaptados, enfraquecidos, fortalecidos, criados e representados nesse mundo. É sob essa prerrogativa que propomos nosso estudo.

---

<sup>2</sup> A produção e reprodução em grande escala de dados, de forma acelerada e fontes diversificadas. O *big data* surge como conceito no fim do século XX e, posteriormente, se torna uma ferramenta para Cientistas e Analistas de Dados e demais atuantes da área de Tecnologia da Informação.

## 2 TRABALHO DE CAMPO: APRESENTANDO OS PERFIS DE CELEBRANTES DO ESTOICISMO NO AMBIENTE DIGITAL

### 2.1 METODOLOGIA E ITINERÁRIO: OS PERCURSOS METODOLÓGICOS, OS ESTOICOS E O AMBIENTE DIGITAL

*é preciso que o homem se concentre sobre as coisas que dependem unicamente de si, quais sejam: o autoconhecimento, a crítica às suas próprias opiniões e às alheias, a conquista de uma noção adequada de piedade e a fruição racional dos prazeres, além da implementação de uma série de práticas que favoreçam a interiorização e o fortalecimento do caráter.*

Epicteto (55 – 135)

Ao longo de sete meses, acompanhamos o cotidiano<sup>3</sup> de uma comunidade estoica dividida em diferentes plataformas digitais e redes sociais. No intuito de descrever o grupo e de interpretá-lo à luz de seu cotidiano, durante praticamente toda a etnografia, mantivemos o anonimato. Em um primeiro momento, por imposição da circunstância da falta de inserção e inexistência de um contato mais próximo com os administradores das páginas e criadores de conteúdo, mesmo depois de várias tentativas de contato. Depois, por opção, como forma de preservar identidades, compreendendo tanto o caráter ético, quanto a dificuldade metodológica de nomear centenas de partícipes e celebrantes que usam seus nomes sociais e não foram identificados na pesquisa e que serviram de aporte para a presente análise. Para aproximação das experiências e conhecimentos que os grupos de estoicos celebram, nos articulamos em leituras indicadas por eles, no conhecimento da história da filosofia a partir de obras clássicas e em outras literaturas que abordam a filosofia de maneira contextualizada. Essas primeiras articulações apresentaremos posteriormente à apresentação da(s) comunidade(s). Isso porque, ao apresentarmos os grupos secundários e o grupo principal, também introduziremos nosso itinerário de pesquisa. Apresentarmos, logo de início, as contextualizações da filosofia estoica feitas por esses grupos, será também parte de um exercício comparativo com a própria história trazida subsequentemente.

Para que fique claro ao leitor, de imediato é importante destacar que, várias tentativas foram feitas para tornar a observação pública para os criadores de conteúdo desses perfis. Primeiramente, houve um contato formal por e-mail, expondo a pesquisa e os objetivos da observação, mas não obtivemos respostas. Posteriormente, um novo contato via *direct message* no Instagram foi feito no

---

<sup>3</sup> Desde já, é preciso destacar o uso da palavra cotidiano, uma vez que, com as características, empasses e oportunidades que serão apresentadas, o cotidiano de atividades dessa comunidade no ambiente digital será o fluxo condutor de toda a análise.

mesmo intuito de tornar público a uma das administradoras de uma das comunidades e novamente não houveram respostas. Apesar de ter sido notado em algumas *lives* e conseguir até participar com questões, quando falei da pesquisa via comentários em *lives* e postagens do Telegram também não obtive respostas. De todo modo, mesmo sem a troca mais direta de informações, todos os conteúdos compartilhados nos servirão como fatos para serem analisados. Além disso, temos também a grande fluidez de dados publicados que as próprias plataformas digitais proporcionam.

Como forma de preservar as identidades, nomes fictícios serão utilizados. É preciso destacar que, embora não tivéssemos tido contato direto com a administradora do perfil principal, todas as plataformas nas quais participamos eram grupos públicos, com postagens públicas o que possibilita a análise dos dados sem uma restrição primária. Portanto, não seriam esses empecilhos para nossa análise. E ainda que sumariamente, os atores responsáveis pelos perfis sejam também objetos de nossa pesquisa, esses perfis têm milhares de seguidores, o que torna impossível uma identificação global. Por esse motivo, ao invés de nos concentrarmos sobre uma pessoa exclusivamente ou apenas um perfil, nos movemos para uma análise de grupos de perfis, tendo um perfil como nuclear para nossa análise e captando dados de outras plataformas para dentro da pesquisa.

Além disso, é possível dizer também que por esses motivos e pelas múltiplas plataformas que nos serviram de base de captação de dados, nossa proposta metodológica é, de certa forma, multissituada. Ainda que o foco maior seja nos perfis do Instagram e, mais precisamente, em um perfil no Instagram. Mas, o leitor verá que em vários momentos elencaremos características de outros grupos e de outras plataformas, o que caracteriza o potencial multissituado de nossa pesquisa. Esse conceito de etnografia multissituada é retirado dos estudos de George Marcus (1995), para descrever um modelo etnográfico que busca analisar lugares distintos com certa relação entre eles. Apesar de, geralmente, ser elencado para as metodologias netnográficas como pressuposto para lidar com a dualidade online/offline (Lins; Parreiras; Freitas, 2020), nosso esforço é traduzir isso para as multiplataformas digitais ou para os vários perfis sobre estoicismo que rodeiam nossa pesquisa, bem como para a relação entre a filosofia e os usos do ambiente digital para sua propagação.

Muito embora pudéssemos ter caminhos dificultados pela falta de respostas para um contato direto com a principal criadora de conteúdo, conseguimos nos dispor de uma considerável análise de suas atividades online. Entre postagens textuais, podcasts, vídeos temáticos e *lives* pudemos construir uma abordagem que nos ajudará, se não entender as identidades formadas por esses grupos, ao menos nos introduzir a uma comunidade que, ao resgatar uma filosofia antiga, reelabora, a partir de novas contextualizações, concepções que foram outrora já compreendidas e interpretadas na história das Ciências Sociais pelos estudos sobre questões relacionadas à concepção de indivíduo, pessoa, individualismo etc. Essas concepções, mais do que marcar um contexto histórico, ajudam na

formação daquilo que se demonstra aqui ser o nosso interesse de compreensão: a noção de pessoa estoica contemporânea ou, antes, a noção de pessoa estoica no ambiente digital. O objetivo traçado aqui se concentra na busca pela noção de pessoa que os novos grupos de estoicos estão desenvolvendo. Portanto, saber quais são as características desses grupos e quais as características desse ambiente são as indagações que nos nortearão.

No intuito de revisitar e revisar conceitos como empreendedorismo, ação, poder e a própria noção de pessoa nos comprometemos a observar fenômenos que, de alguma forma, aportam esses temas. Contudo, há um contingente numeroso de grupos aos quais esses esquemas são conjugados, seja por uma utilização indireta (como os diferentes tipos de autoajuda) ou por uma concepção ontológica (na própria concepção de empreender, empreendedorismo e empreendedor, por exemplo, que vêm se articulando nas últimas décadas).

Na verdade, a ideia inicial era observar justamente grupos que se inseriam no conjunto concebido como autoajuda, notavelmente próximos de uma prática editorial e o advento das leituras de massa que se consolidaram na segunda metade do século XX. Embora possa ser notório a transição para os meios digitais de várias formas tradicionais de conteúdos como músicas, filmes, jornais, revistas e outras formas de conteúdos, os livros seguiram sendo vendidos de forma física em grandes tiragens no Brasil ano após ano até o início da pandemia da COVID-19, quando as vendas de e-books subiram exponencialmente<sup>4</sup>. De qualquer forma, diferente de outros conteúdos, o livro sempre esteve em paridade com o seu formato digital em número de vendas. Além disso, basta pesquisar pelos *best-sellers* para averiguarmos a ocorrência de vários livros de autoajuda, o que fomentou nossa curiosidade, nesse primeiro momento, pelo mercado editorial e a autoajuda. Contudo, foi justamente a pandemia que nos obrigou a mudar de ideia e buscar novas possibilidades. Nesse momento, condicionados pela quarentena e o distanciamento social, era impossível frequentar as editoras, conversar com autores e leitores nas feiras e presenciar o dia-a-dia de um sebo, por exemplo. Isso parecia incapacitar toda a trajetória da etnografia. Portanto, nos vimos na necessidade de buscar novas alternativas, sem perder de vista os conceitos norteadores da pesquisa.

Em um segundo impulso para tratarmos das temáticas relacionadas a empreendedorismo e poder, pensamos em nos aproximar de grupos, comunidade e perfis no Instagram que usavam a linguagem da autoajuda e logo nos vimos conectados ao fenômeno *coaching* em diversos desses grupos. Porém, esses grupos, embora repletos de possibilidades analíticas, possuem características

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/07/venda-de-ebooks-salta-83-em-2020-e-revela-forca-dos-livros-digitais-na-pandemia.shtml#:~:text=Os%20ebooks%20representaram%2099%25%20do,pelas%20obras%20de%20n%C3%A3o%20fic%C3%A7%C3%A3o.>

extremamente amplas, o que elevaria demasiadamente o *corpus* de nossa análise e não era esse o nosso propósito. O chamado fenômeno *coaching*, um tanto mais contemporâneo do que a autoajuda, era ainda demasiadamente extenso nas temáticas e referências às quais recorre, apesar da possibilidade de conseguirmos criar padrões de agencia e representações para ele.

Para conseguirmos reduzir o *corpus*, nosso primeiro desafio, portanto, foi afunilar o campo de ações e representações para que pudéssemos, sem perder de vista a perspectiva inicial, compreender esses conceitos à luz de valências coerentes para uma classificação. Nesse momento, tendenciamos as buscas para grupos de prerrogativa *coaching* com temáticas voltadas para a linguagem de gestão financeira e empresarial. Em um desses perfis, havia uma postagem de indicação de leitura do livro *Meditações*, de Marco Aurélio, com a seguinte legenda:

[...] não se preocupe por mim, estou apenas morrendo devagar... e você também. É isso que pensava e escrevia a pessoa mais poderosa do mundo, dois mil anos atrás: Não se comporte como se você estivesse destinado a viver para sempre. O que está fadado paira sobre você. Enquanto você viver e enquanto puder, torne-se bom agora. (Sic). (Rivaya, 2020, s/p).

Outra parte dizia:

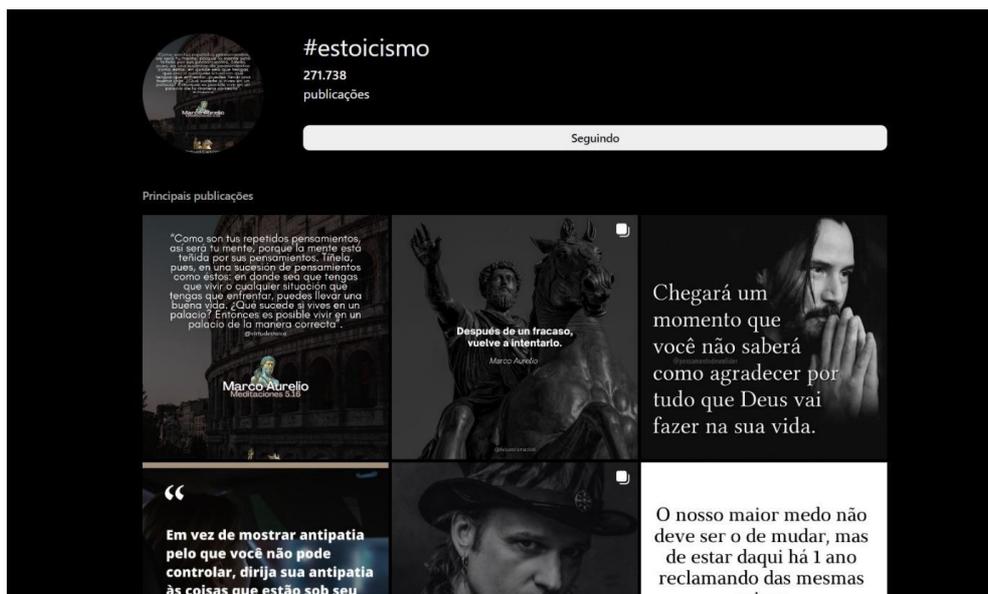
Como é gratificante dispensar e bloquear qualquer impressão perturbadora ou externa, e imediatamente ter paz em todas as coisas. São mensagens simples, mas profundas, cheias de sabedoria, como assumir responsabilidades, não culpar os outros, aceitar a mudança, focar no que podemos controlar, não reclamar e fazer sempre o bem. Esse é o conteúdo destas meditações de Marco Aurélio, um dos melhores imperadores romanos. Enquanto você lê este livro você pode imaginar o imperador (sic passim) sozinho à noite em sua tenda, após um dia de batalha, rodeado de barro e frio, refletindo sobre o que é importante na vida e escrevendo seus pensamentos. Era o tempo em que os líderes eram os primeiros no campo de batalha. Mas Marco Aurélio jamais imaginou que você e eu iríamos ler, dois mil anos depois, seus pensamentos mais profundos, escritos em forma de diário para si mesmo. E por que é importante que você leia este livro? O que você vai aprender com essa leitura? Você vai perceber que seus problemas mais importantes são os mesmos que todas as pessoas têm tido desde que o ser humano existe, do maior imperador à pessoa mais humilde. E as soluções para esses problemas são e sempre serão as mesmas, e elas se encontram no mesmo lugar que sempre se encontraram: dentro de você. (Sic). (Rivaya, 2020, s/p).

Enviei uma mensagem ao administrador deste perfil perguntando sobre essa relação entre gestão financeira e estoicismo e ele respondeu:

Então, a mensagem geral do estoicismo, que permeia todos os filósofos estoicos é a questão da gente se conhecer, né? Da gente refletir sobre o que está fazendo e porque estamos fazendo aquilo, né? A questão de controlar nossas emoções, não se deixar levar pelas emoções e sim, ter o controle do que a gente de verdade deveria estar fazendo, né? Então, isso é importantíssimo no mercado financeiro, por que os dois grandes inimigos no mercado financeiro são a ganância e o medo, são as duas emoções que nos fazem tomar decisões erradas, no momento errado e, portanto, perder dinheiro. (Sic).

Então, surgiu a dúvida: por que uma postagem sobre um livro de filosofia estoica estava em uma página de mentoria em investimentos financeiros? Ao clicar na *hashtag* #estoicismo, um conjunto de mais de duzentas mil postagens apareceram utilizando essa *hashtag*. O que, de certa forma, demonstrava uma ocorrência no mínimo interessante de postagens e menções ao estoicismo, além de possibilitar uma filtragem mais específica sobre a temática.

Figura 1 – Conjunto de postagens com a marcação #estoicismo



Fonte: Instagram.

Chegamos, portanto, a uma comunidade, um grupo de entusiastas, praticantes e celebrantes da filosofia estoica. A primeira impressão era de que se tratava de uma linguagem diferente da autoajuda, embora se utilizasse de muitas ferramentas que a literatura de autoajuda utiliza. Mas, o conteúdo e a estética pareciam se aproveitar de uma sobriedade maior do que as páginas de *coaches*, ao mesmo tempo que mantinham um apelo estético mais padronizado do que os perfis de mentoria de gestão financeira e empresarial. Além do mais, a criadora de conteúdo de uma dessas páginas, dentre outras descrições, se descrevia como *coach*, o que corroborava para toda a nossa cadeia de conexões entre os conceitos e as ideias iniciais. Assim, surgiu como possibilidade os grupos de estoicos no Instagram.

Esse direcionamento foi possível por meio do uso das *hashtags* e também pelo mecanismo de algoritmo da própria plataforma. É interessante compreender que, apesar de muitas esferas conectadas, as redes sociais e, em nosso caso o Instagram, conseguem deixar, de alguma forma os seguimentos bem divididos entre páginas, conjuntos de *hashtags* e sugestões de conteúdo baseados no interesse do usuário. Portanto, a sensação de estar sendo constantemente conduzido, saciado ou,

ao menos, orientado pelos interesses de uso na rede é notável. É aquela sensação sempre incômoda e intrusiva e a cada dia mais corriqueira de estar sendo “ouvido” pelo aparelho celular, pelo computador ou demais aparelhos conectáveis à internet o tempo todo e a cada menção a um novo interesse, uma atualização no *feed* ou na área de busca, um número considerável de conteúdos publicados e conteúdos publicitários voltados aquela menção que fizemos nos são apresentados e propostos pela plataforma. E foi exatamente assim que a ocorrência desses grupos se tornou algo constantemente presente a cada vez que acessava a rede. Utilizando desse mecanismo, proporcionei ao meu algoritmo um direcionamento total para as páginas de estoicismo, assim um número considerável de sugestões começou a aparecer para mim. Surgiram páginas que tratavam especificamente do estoicismo e outras que utilizavam da filosofia para tratar de outros fins (com o intuito de fazer algum paralelo com a neurolinguística, a linguagem positiva, a autoajuda ou a gestão financeira e empresarial como visto acima).

Em geral, existem diversos grupos que se concentram em propagar frases retiradas dos principais filósofos estoicos, outros possuem cursos de estoicismo ou de como praticar o estoicismo, enquanto que outros concentram-se no compartilhamento de reflexões cotidianas através de textos e mensagens que se aproximem dos conteúdos estoicos de alguma forma. Para potencializar a análise, ao invés de tentarmos abarcar todos os grupos, selecionamos um como uma espécie de “grupo nuclear” e abordamos os demais como “grupos satélites” para ocasiões específicas, como a análise das estéticas desses grupos ou os assuntos que se sobressaem neles.

O grupo do qual estamos tratando como núcleo da observação é retratado a partir de um segmento denominado de “Vida Estoica” em todas as plataformas analisadas (Instagram, YouTube, blog pessoal e Telegram). Dizemos retratado, justamente por se tratar de uma comunidade que se estende para outras plataformas, embora nosso foco principal seja suas atividades no Instagram, as outras plataformas citadas servirão como fonte de dados para a etnografia em muitos casos.

Esse grupo é administrado por apenas uma única pessoa, da qual chamaremos de Carla que, segundo relato em seu blog, se propôs há alguns anos a viver o estoicismo. A administradora da página, em textos públicos, se diz apaixonada pelo incrível universo da filosofia estoica, dedicando seu tempo a criar conteúdo estoico de fácil entendimento com o propósito de levar o estoicismo de forma simples e prática às pessoas que desejam conhecer mais sobre a filosofia e como praticá-la.

Apesar do conteúdo ser praticamente similar em todas as plataformas, as maneiras de transmissão dele se diferem de uma para outra. Isso se dá pelos próprios formatos das plataformas: algumas utilizam-se mais das imagens; outras, são propriamente de vídeos; algumas mais textuais etc. Contudo, mesmo em vistas a essas diferenças, existem aspectos em comum que marcam as características da comunidade em diferentes postagens e plataformas. O primeiro exemplo é referente

ao apelo clássico, o apreço por estilos musicais como clássicos de Mozart, Beethoven, Bach nas introduções dos podcasts e nas trilhas sonoras de vídeos temáticos, construídos com base em misturas de *storytelling*<sup>5</sup> e aplicações práticas da filosofia são marcas notadamente presentes, assim como a bossa nova e o jazz que acompanham as introduções de algumas das *lives* que funcionam como ambiente mais interativo da comunidade.

Figura 2 – Exemplo de story postado pelo perfil “Vida Estoica”



Fonte: Instagram.

Há também aliado ao tipo de arte consumida um aspecto estético e de linguagem ao mesmo tempo etérea, marcada por uma espécie de uma racionalidade que se almeja aconselhadora e contextualizada com os contornos das experiências cotidianas que, de certa forma, ditam o tom das reflexões e das morais retiradas dos exemplos, livros, histórias e frases. E também, em parte, marca a própria estética e a linguagem do grupo. Muito em favor, obviamente, da forma e conteúdo

<sup>5</sup> O termo se refere a um modelo de narrativa, comumente usada em vídeos didáticos ou com intuito de narrar casos ou fatos específicos. A característica principal é a forma como a história é narrada, geralmente, com imagens e sons improvisados para atribuir um tom mais realístico à narração. No nosso caso, essa estrutura é compreendida pela forma como a administradora do perfil “Vida Estoica” narra suas experiências, conferindo a elas a aplicação da filosofia estoica.

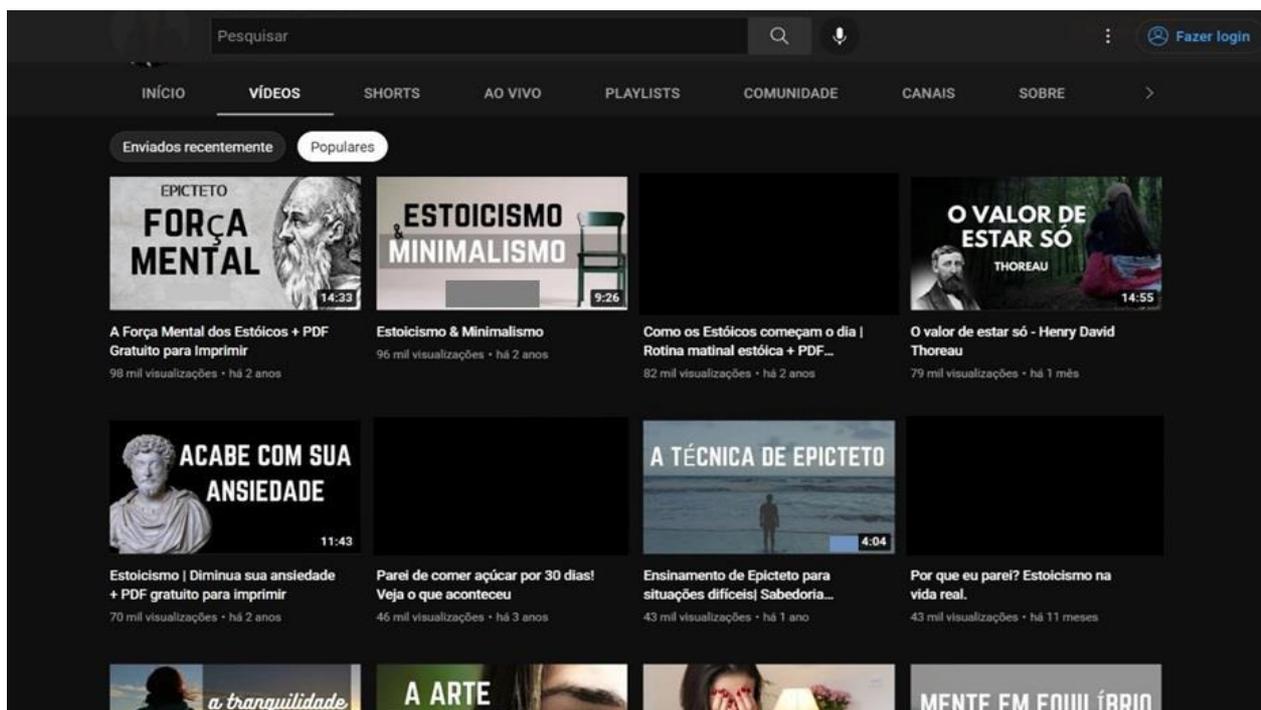
publicados do que se é consumido por eles. Mas, também, da linguagem, dos dizeres e dos contextos em que são elaborados os conteúdos, alguns em paisagens bucólicas de viagens feitas por Carla, em caminhadas por locais históricos da Grécia e Itália por exemplo (locais em que a história da filosofia estoica se desenvolveu) etc. Tudo isso é parte de um determinado compartilhamento de um estilo de vida estoico, repleto de minúcias e sensações sutis, apelo à sensibilidade e ao bucolismo, ao mesmo tempo permeado por exuberâncias, dicas de bem-estar, saúde, de dietas, de viagem, de livros etc.

Em seu canal no YouTube, as propostas de compartilhamento e os conteúdos não fogem dessas características. Na verdade, o canal funciona como uma extensão dos conteúdos compartilhados no Instagram e Telegram, como se fosse um vlog ou um espaço em que se desenvolve mais o aspecto do *storytelling*. Se fizermos um recorte dos vídeos mais assistidos em seu canal, podemos ter uma dimensão da variabilidade das temáticas e como são propostas as chamadas *thumbnails*<sup>6</sup>. Os vídeos vão desde apresentações de temáticas centrais da filosofia estoica ou de teóricos e escritores aos quais Carla consegue retirar uma aplicação ao estoicismo, até propostas cotidianas de consumo e estilo de vida como alimentação, lazer e descanso, como podemos ver na Figura 3.

---

<sup>6</sup> Também podem ser chamadas de miniaturas, são as imagens ou o frame escolhido para apresentar o vídeo. É o primeiro contato do usuário com o vídeo.

Figura 3 – Parte dos vídeos mais assistidos do canal “Vida Estoica”



Fonte: YouTube.

Sobre a alimentação, a ideia explorada é de que o corpo é também um campo da filosofia estoica e que, apesar da finitude da vida, é preciso viver de forma racional e equilibrada. Portanto, um corpo saudável é reflexo de uma mente saudável. Sendo assim, há um apelo pela alimentação saudável e equilibrada e a prática de exercícios físicos que também possui uma certa recorrência em alguns perfis estoicos, não apenas como forma de aconselhamento, mas também como estética e ideal de saúde.

Ideal este que também pode ser visto nas escolhas de lazers publicados, que incluem geralmente viagens para outros países, sobretudo locais bonitos, cafés e ambientes mais intimistas ou históricos e quando ao ar livre, a prevalência de paisagens bucólicas. Em conjunto com isso, é transmitida a sensação de que o lazer precisa igualmente a todas as formas de consumo, de uma reflexão crivada pela filosofia. Muitos dos ambientes escolhidos por esses criadores de conteúdo e administradores das páginas possuem, por vezes, uma decoração com estantes e livros, algumas vezes com ares despojados, mas sempre organizados, arejados e limpos.

O que, de certa forma, contrasta com um dos vídeos da Figura 3, sobre minimalismo. O minimalismo que aparece em muitos casos na ideia de não precisarem de muito para se viver bem, vai de encontro com a forma de consumo e de publicação desse consumo por parte desses administradores. A facilidade de enxergar beleza em uma vista bucólica da Grécia e a capacidade de

manter uma alimentação diversificada e equilibrada, é um contraste nítido com a forma de minimalismo que se publica como a ideia de se viver com pouco.

Além disso, a Figura 3 é representativa de como se dá a diversificação dos temas tratados juntos ao estoicismo, da rotina matinal ao anarquismo filosófico de Thoreau, passando pelo cuidado com a alimentação, até a prática da filosofia.

Outro aspecto acentuado do compartilhamento desse estilo de vida é o consumo de livros clássicos da filosofia estoica, de filósofos como Sêneca, Marco Aurélio e Epicteto, aliados a autores contemporâneos que abordam a filosofia estoica de forma a torná-la uma prática, como Ryan Holiday<sup>7</sup> e outros autores de autoajuda, o que se configura também como uma das características marcantes desse universo.

Interessante também é uma espécie de separação, por “estágio de autoconhecimento” para indicação de livros de autoajuda. Em uma de suas *lives*, arquivadas no Instagram, cujo tema era “Felicidade e Estoicismo”, há um pequeno diálogo na aba dos comentários, entre Carla e uma seguidora. Mantivemos o diálogo assim como foi escrito:

**Seguidora:** você teria um livro de fácil compreensão de auto ajuda para indicar? Desde já grata.

**Carla:** Oi! Bom dia, Roberta! Depende muito do estágio de autoconhecimento em que a pessoa está. Mas para quem está começando eu indico 1. *O paradoxo do Chimpanzé* (Steve Peters) e 2. *Desperte seu gigante interior* (Anthony Robbins). Tem outros dois livros que também podem agregar algum valor, eu fiz resumo deles no meu canal no YouTube, se quiser depois de uma olhadinha lá, os livros são *Ferramentas dos Titãs* e *Quem mexeu no meu queijo*. Super beijo!

O que mostra não apenas o apreço pelos livros, demonstrando sua importância nesse espaço, mas uma ordem e uma maneira de como utilizá-los. Existem etapas desse processo de autoconhecimento em que o objeto livro tem uma importância própria. Isso porque, tendo em vista as formas de propagação da filosofia, ele pode ser o principal objeto de publicação e reprodução da filosofia estoica produzida, sobretudo, em épocas clássicas. Mas existem outras análises que necessitam de mais atenção.

Aqui também é interessante perceber que, apesar dos conteúdos das *lives* serem sobre estoicismo, a pergunta e as indicações não estão subscritas somente ao campo da filosofia estoica, mas os livros são literatura de autoajuda. Em geral, são livros populares para leitores dessa categoria editorial, alguns desses livros e autores como Spencer Johnson, de *Quem mexeu no meu queijo*,

---

<sup>7</sup> Ryan Holiday é um escritor, marqueteiro, especialista em manipulação midiática e autor de *bestsellers* como *The Obstacle Is the Way*, *Ego Is the Enemy*, *The Daily Stoic*, and *the Stillness Is the Key*.

figuram entre os mais populares desse nicho do mercado editorial. O que também nos serve como indicativa da relação que tratamos anteriormente entre esses perfis de estoicos com toda a gama que envolve a produção editorial da linguagem de autoajuda. Além disso, a indicativa de leitura por parte da criadora de conteúdo, sugere também um conhecimento de autoajudas e, sobretudo, um não menosprezo a esse tipo de linguagem. Antes, destaca a relevância que podem ter mesmo em relação ao contexto da prática da filosofia estoica. E nesse caso, a leitura como forma de consumo ganha ares de crescimento pessoal. Portanto, além de se configurar como objeto de decoração, presente nos cenários das *lives* e vídeos, os livros fornecem o aval para esse processo de aprendizagem dividido em estágios e, posteriormente, para o ensino desses conhecimentos.

Na realidade, esse é um objeto à parte e carece de uma dedicação especial com uma reflexão sobre o poder envolto a ele nesse contexto específico de compartilhamento de estilo de vida. No *corpus* proposto aqui, os livros se mostram como ferramentas indispensáveis para os seguidores da filosofia estoica. São nos livros que estão presentes os conhecimentos. Mas também são eles que conferem e classificam o quão hábeis são os conhecimentos e experiências daqueles que desejam se tornar estoicos de fato. Assim, fazer um bom uso dos livros é parte fundamental da prática de tal filosofia. Veremos que os livros, mesmo aqueles que têm características narrativas, são tratados e seguidos como manuais, tornando possível a aplicabilidade de frases e conteúdo em diversos contextos. Ou seja, os livros sugeridos dentro dessa comunidade estoica são como ferramentas necessárias tanto para construção quanto para manutenção de um determinado estilo de vida, uma vez que a filosofia e os conteúdos da autoajuda funcionam como manuais práticos. Assim, o livro como objeto de consumo reproduz a prática da filosofia como aporte inaugural para conhecê-la e praticá-la. Da mesma forma, devido ao seu alto grau simbólico, ele potencializa os discursos e confere um grau maior de autoridade, não somente pela prática e indicação da leitura, mas por outras formas de utilização dos livros enquanto objeto, seja decorando, seja mostrando ter ou apenas na menção da leitura deles.

Isso porque esse objeto está sempre presente em *lives* e vídeos, como aspectos do ambiente, decorativamente falando. O que indica sua prevalência para além de uma única utilidade para esse processo da busca pelo autoconhecimento e o desenvolvimento de um modo de viver, mas também o fato de ser ele um objeto que confere valor a um certo domínio estético e de linguagem que vão potencializar um determinado estilo de vida. Mas, sobre isso, retornaremos de maneira mais aprofundada posteriormente.

De forma a apresentar como chegamos a esses grupos e familiarizarmos tanto com os grupos quanto com esses ambientes digitais analisados e no qual eles se inserem, será preciso a demonstração de como esses grupos se caracterizam em seus perfis, *feeds*, propostas e estéticas. Portanto, podemos

descrever a partir de agora o percurso para se chegar à página “Vida Estoica” e a caracterização da plataforma em que a análise se desenvolveu.

## 2.2 A INSERÇÃO NO CAMPO E A BUSCA POR INTERLOCUTORES

Como falamos anteriormente, nossa iniciação no campo se deu como se fossemos um usuário comum do Instagram que, ao demonstrar interesse por um assunto qualquer, acaba direcionando o algoritmo do aplicativo para aquele tema específico, fazendo com que várias publicações e perfis voltados para esse tema surjam. Algo tão comum no uso das redes sociais que poderia ser visto como uma de suas principais utilidades: captar o que os usuários desejam e oferecer, quase que instantaneamente, produtos que possam satisfazer esse desejo ou, em muitos casos, alimentar ainda mais a procura por ele. Entretanto, não é apenas o interesse do usuário que promulga certos tipos de recorrência daquilo que o algoritmo impulsiona para ele. Após alguns meses pesquisando e seguindo grupos de estoicos passei a notar que alguns *amigos em comum* surgiam com maior frequência em alguns desses perfis. *Amigos em comum*, é a categoria referente aos contatos visíveis de seguidores de um determinado usuário que conjuntamente a esse usuário segue um determinado perfil. No início da pesquisa, os amigos em comum que possuía com esses perfis de estoicos, eram outros perfis de estoicismo com menos seguidores que me seguiram também. Com o passar do tempo, notei que esse número de amigos em comum aumentou para além do ciclo de páginas de estoicismo. Um relato posterior ressalta essa questão: minha irmã passou a perceber uma maior distribuição de vídeos falando sobre a filosofia estoica nos *reels* de seu perfil no Instagram e acabou por se interessar no assunto, mesmo que não tivesse compartilhado com ela o tema da minha pesquisa.

Essa questão nos impõe reflexões importantes sobre o funcionamento da relação entre interesse, desejo, consumo e o algoritmo nas redes sociais. Se por um lado, estamos limitados pelas imposições das características de cada rede e de cada aplicativo, o domínio dos dados e a distribuição deles podem promulgar uma vasta rede de compartilhamento de interesses e consumos ocultos baseados não apenas nos próprios interesses e pesquisas do usuário, como também no perfil de seus amigos seguidos e seguidores e nos interesses e pesquisas deles.

E foi justamente assim que as páginas de estoicismo começaram a aparecer tal qual o perfil “Vida Estoica”. Da mesma forma, indicações de livros sobre o assunto, vídeos curtos com conteúdo motivacional e, sobretudo, a presença constante das chamadas *hashtags* (#) que possuem a utilidade de captarem assuntos específicos aos quais são marcados e reuni-los como uma rede de compartilhamento desse assunto. Seguindo então a linha interesse > pesquisa pelo assunto > vinculação do assunto ao meu perfil pelo algoritmo do Instagram > sugestão de produtos e perfis

lincados a este assunto, me aproximei dessa gama de comunidades de compartilhamento da filosofia estoica.

Contudo, se por um lado foi fácil chegar até essas comunidades pelas vias do algoritmo da plataforma, por outro lado não foi fácil se fazer partícipe, encontrar interlocutores ou mesmo deixá-lhes saber sobre o trabalho de pesquisa ao qual estava desenvolvendo. Portanto, no que tange a nossa participação, após algumas tentativas frustradas já mencionadas de romper o anonimato e buscar uma interação mais direta, foi decidido mediante ao fluxo de dados e informações coletadas, manter o anonimato e continuar observando sem uma participação mais efetiva ou demarcada. Obviamente que essas tentativas, assim como a própria esfera de análise, se deram em espaços digitais. Em um primeiro momento, buscando um contato formal através de um e-mail para a administradora da página “Vida Estoica”, haja vista a forma como esse tipo de comunicação atravessou os anos da existência da internet e permaneceu quase intacto em seu formato, modos de uso e linguagens, enviar um e-mail é ainda uma das maneiras mais formais para contactar entidades online. Entretanto, como o e-mail nunca foi respondido, posteriormente, foi enviada uma mensagem no canal da página no Telegram, local onde eram compartilhadas as postagens de todas as redes sociais do perfil “Vida Estoica” e servia como uma possibilidade de contado mais direto com a administradora. Mas a mensagem enviada sequer foi visualizada. Uma derradeira tentativa foi feita através do recurso de mensagem direta (*direct message*) no Instagram, e novamente sem resposta, por fim em uma última tentativa enviei mensagens no *chat* de uma de suas *lives*, ela chegou a ler os comentários, fiz referência ao e-mail e as outras mensagens, falei da pesquisa, ela leu o comentário, mas ainda assim não obtive respostas, apenas um mal entendimento dela de como se estivesse apenas interessado em estudar sobre a filosofia. Ao passo que ela disse: “espero que você esteja gostando e se aprofundando nos conteúdos que compartilho”. Entretanto, o anonimato só não foi completo, pois, minha presença era notada e citada em sua *lives*, como dito. De certa forma, ela ao menos sabia sobre a pesquisa, mesmo que de forma sutil.

Contudo, essas dificuldades não impossibilitaram que os dados pudessem ser recolhidos. O que se deu a partir das postagens, das fotografias e vídeos, as legendas e textos, os roteiros e, como já mencionamos, toda a gama de consumo que é compartilhada por esse e outros grupos de estoicos no ambiente digital. Visto que não são movimentos esporádicos ou parte de eventos, essas produções de dados ou, melhor dizendo, publicação e compartilhamento são feitos de instante em instante nas redes sociais. O que, de certa forma, proporciona – ou é proporcionado por – um modelo de cotidiano tão próprio que consegue produzir as suas próprias intersecções e, ao mesmo tempo, cada vez mais, inserido em um cotidiano global. Portanto, coletar esses dados só foi possível graças ao padrão de cotidiano que se estabelece nesses espaços. Possibilitando-nos atravessar ambientes, conduzir-se

pelas variantes, observar imagens, fotografias, vídeos, interagir espontânea e programaticamente por meio de *lives* etc.

### 2.2.1 O ambiente digital e o digital como ambiente

Quando pensamos o digital, é natural concebê-lo como uma vastidão de algoritmos sem fim, sem paredes e sem estruturas concretas. No que tange respeito a literalidade dessa concepção, isso é verdade. Contudo, se realmente considerarmos as suas potencialidades, perceberemos que no universo do digital há tantos espaços e campos distintos que ele não foge muito à lógica da realidade concreta. Na verdade, o digital está cada vez mais imerso à realidade, sendo difícil distingui-lo de tal. De forma que, ao caracterizarmos o digital como um ambiente, o compreendemos como dotado de quase todas as possibilidades do que se convém chamar “mundo fora do digital”.

Portanto, compreendemos que, assim como a vida social possui uma rotina, um cotidiano possível de ser analisado e compreendido (Goffman, 2014), o mundo digital também possui um cotidiano capaz de ser observado, interpretado, decodificado e, semelhantemente, compreendido (Martins, 2011). Da mesma forma, entendemos que esse cotidiano, como qualquer outro, é imbuído de representações e signos possíveis de serem observados sob diferentes perspectivas. Se não temos a possibilidade de observar a experiência que ocorre fora do ambiente digital, podemos nos dispor das experiências que estão sendo narradas nos ambientes de interação e compartilhamento digital e observar as representações que daí se depreendem.

Dessa forma, quando relatamos a presença de uma experiência cotidiana, temos por interpretação uma atualização do universo digital. Pensado outrora sob a prerrogativa da dúvida do que viria a se concretizar, diversas visões sobre o espaço digital ganharam forma. Por um lado, pensamentos acerca desse espaço como um universo à parte, um mundo novo, como na teoria do *ciberespaço* desenvolvida por Escobar (2016) ou, como apontado por Lévy (1999), uma invenção cultural que, ao englobar a técnica e a cultura, cria um “mundo *online*”. Por outro lado, como durante algum tempo se convencionou acreditar, o mundo do digital seria a etapa final para romper as barreiras no processo de globalização. Contudo, o que nos impulsiona aqui é uma visão menos essencialista e mais integradora. Acreditamos que o mundo digital é um lugar de relações proliferadas. Assim como acontece em espaços urbanos (Castells, 1999), é possível conceber e observar seu cotidiano, entender sua rotina, ter variabilidades de ações e confluências de relações. Portanto, encaramos o universo digital enquanto um ambiente, como relatado por Leitão e Gomes (2017). Pensamos que, no tocante à naturalização e avanço do ambiente digital, as fronteiras que estão sendo (re)elaboradas são aqueles referentes ao contato entre mundo *online* e mundo *offline*, ou entre real e digital. Na verdade, as confluências entre esses dois mundos não são mais uma novidade e

conduzem para uma nova averiguação do que, em muitos momentos, se pretendia separar metodologicamente: uma antropologia do mundo digital e uma antropologia do mundo concreto. Compreender isso é entender que a dualidade real/virtual é pouco explicativa e que, mais do que diferenciações, esse campo que aqui chamamos de digital (o mundo virtual da dualidade) provocou aproximações, tensões e novas experiências para esfera pública (o mundo real). Obviamente que o ambiente digital possui características próprias, tais como: sua própria forma de normatividade (que tem se deparado com sanções legais e políticas específicas em muitos países do mundo), o rompimento com um tipo de temporalidade, relações mediadas, novos tipos de espacialidades etc. Mas, por ser um lugar de relações, é também um lugar para se pensar a cultura e compreender o ser humano. Assim, entender o conjunto de ações no ambiente digital como um *continuum* e um cotidiano, possibilita-nos compreender o desenvolvimento desses grupos de filosofia estoica.

Se as representações desse ambiente ainda estão sendo descobertas, sua liquidez faz com que rapidamente novas representações sejam ativadas, reativadas ou desativadas, dentro de cada grupo. Então, colher representações e investigá-las pode ser uma tarefa realizada de tantas formas e contextos diferentes que seria possível a cada nova atualização uma nova forma de olhar os grupos e as comunidades no ambiente digital, por exemplo. Seja pela perspectiva dos próprios grupos ou das plataformas em que se constroem as comunidades, não há diferença na fluidez. Mas há continuidade nessa fluidez, há rotina, existem padronizações e dados que possibilitam realinhar diferentes olhares em uma mesma análise. Na verdade, mediante as próprias características do ambiente digital no qual a análise se concentra, podemos encontrar peculiaridades dessas representações em símbolos que vão desde a sutileza das cores escolhidas para os seus *feeds*, até os padrões das frases, das imagens e da linguagem que utilizam para explorar e compartilhar a filosofia estoica.

Portanto, se levarmos essas considerações ao pé da letra a escolha etnográfica poderá ser explicativa somente de um recorte temporal, já que a cada novo mecanismo, nova atualização ou função, a forma de uso também muda. Mudando simultaneamente, em muitos casos, os símbolos por trás dessas formas de uso. Assim, como forma a demarcar o processo de constituição das representações, sem perder de vista a fluidez das mudanças nesses processos internos das plataformas e redes sociais, pensaremos o cotidiano pelas vias da propagação de estilos de vida. Mas, antes, é preciso compreender como esses estilos de vida podem ser compartilhados na principal rede social analisada.

### 2.2.2 O Instagram: a rede social e os estilos de vida

Poderíamos aqui categorizar de outras formas aquilo a que entendemos ser o estilo de vida, sem modificar muito o sentido pretendido pela nossa análise. Assim poderíamos elencá-lo como um modelo do *habitus* de Bourdieu, sobretudo se o abordássemos sob a dinâmica de disposições e dispositivos que podem ser individuais e coletivos simultaneamente. Ou mesmo, por sua particularidade de modular a ação e ao mesmo tempo ser modulado por ela e, com isso, emulando e condicionando representações. O que, se tratando do ambiente digital se adequa como parte fundamental da existência desses grupos, uma vez que as representações são o ponto de conexão da filosofia estoica com a realidade – realidade dos celebrantes da filosofia desses grupos e da realidade no sentido geral. Ao adentrarmos nesses aspectos, compreendemos que o ambiente digital é composto por camadas de signos que possuem significados próprios, passíveis de serem catalogados separadamente e, simultaneamente, como parte de um conjunto de signos dentro de uma mensagem ou um texto.

Podemos compreender a coletividade desse processo através dos aspectos e características da plataforma, o Instagram. No geral, cada perfil possui as mesmas possibilidades e limites de caracterização: foto de perfil, uma breve descrição, informações de contato, *stories* e postagens salvas e fixadas e as fotos e vídeos compartilhados no *feed*. Além, dos números de postagens, perfis seguidos e seguidores. Por outro lado, a subjetividade se encontra nas formas de uso desses dispositivos dados, nas características estéticas, na linguagem empregada e nos símbolos mobilizados por cada usuário. A partir disso, será possível detalhar as características desses grupos baseando nossa análise nas formas de representações que estão contidas nesses diferentes níveis de elaboração da linguagem, da imagem e dos estilos no Instagram.

Criado em 2010 por dois engenheiros de software, o brasileiro Mike Krieger e o estadunidense Kevin Systrom, o Instagram tinha o propósito de ser uma rede social de compartilhamento de fotografia. Desde o início, havia o apelo para uma estética *vintage*, com a ideia de ser uma espécie de rolo de fotografias instantâneas (inclusive sua logo antiga remetia às câmeras da marca Polaroid). O sucesso da rede foi imediato, tendo alcançado números expressivos de downloads já no dia de seu lançamento. A princípio a rede social era compatível apenas com o sistema IOS da Apple, tendo atingido um exponencial número de um milhão de usuários apenas nos três primeiros meses de existência. Em 2012, os desenvolvedores lançaram uma versão compatível com o sistema Android, catapultando ainda mais a popularidade do aplicativo e, posteriormente, elevando o Instagram ao posto de uma das redes sociais mais populares do mundo nos anos que se seguiram (Piza, 2012; Macêdo, 2016).

Desde os primórdios do aplicativo, algumas coisas se destacavam de suas propostas *vintage* e se tornaram marca registrada da rede social: (1) o fato do próprio aplicativo possibilitar o uso da câmera dos aparelhos celulares para fotografar direto do software; (2) a possibilidade dos usuários manipularem as imagens através de filtros com temáticas e estilizações próprias e posteriormente, junto à novidade do compartilhamento de vídeos curtos e instantâneos surgiram filtros animados que ajudaram ainda mais na popularidade do Instagram. Além disso, outras atualizações aumentaram as possibilidades interativas do aplicativo. O lado social da rede, propriamente dito, se caracteriza pelos chamados seguidores (os perfis que optam seguir um usuário) e os perfis que são seguidos por cada usuário. A comunicação entre os usuários pode se dar de forma privada através do *Direct Messenger*, o *chat* privado do aplicativo em que é possível trocar mensagens individuais ou em grupo com outros usuários, realizar chamadas telefônicas ou de vídeo e enviar fotos, publicações, vídeos e áudios. Uma outra forma de comunicação é através dos comentários nas publicações e *lives*.

As chamadas *lives* foram introduzidas em 2016. Essa função possibilita aos usuários produzirem vídeo conferências ao vivo, com possibilidade de participação dos seguidores por meio de comentários e reações. Além disso, a plataforma possibilita o compartilhamento das gravações destas vídeo conferências no *feed* (característica essa frequentemente utilizada em nossa pesquisa como captação de informações). Essa função foi usada em grande escala pelo perfil “Vida Estoica” no ano de 2021, ela fazia *lives* de quinze em quinze dias sobre temas variados e, às vezes, com participações de outros convidados.

Por outro lado, há outras sutilezas que ultrapassam as estruturas que já são dadas pela própria plataforma e são, por assim dizer, construídas e configuradas de acordo com os usuários e as culturas de uso de determinados grupos, por exemplo. Isso pode ser averiguado pelas postagens em sequência que dão um tom de organização para o *feed*, postagens fixadas, o uso de tonalidades de cores que separam colunas de postagens etc. Assim como ocorre na cinematografia, as cores, as formas e texturas possuem simbologias também no ambiente digital, nas diferentes redes sociais.

No caso do Instagram, as configurações basilares e estruturais da rede social são, de certa forma, simples: formas circulares para postagens instantâneas e formas quadriculares que lembram tipos *vintage* de fotografias produzidas pelas câmeras Polaroids; bordas quase sempre finas, plano de fundo claro e diferentes funções para publicação, compartilhamento e apresentação. Em geral, é uma rede social de compartilhamento de imagens e vídeos instantâneos (Macêdo, 2016).

Nesse caso, o usuário tem a possibilidade de programar estruturas de postagens a partir de diferentes perspectivas: por eixos temáticos, quando se quer uma sequência de postagens – seja na horizontal ou na vertical – dentro de um mesmo eixo temático, como ocorre na Figura 4, em que se tem uma coluna de figuras com fundo preto e legendas brancas contendo, em geral, frases de filósofos

estoicos clássicos, uma segunda coluna central de figuras contendo frases de pensadores e autores de autoajuda contemporâneos, filósofos clássicos e estoicos imbuídas em figuras de pilastras clássicas e fundo bege, e uma terceira coluna de figuras que se voltam para a linguagem dos memes e contextualizações da filosofia estoica.

Nesse caso, a escolha de cores neutras parece padronizar a ideia de seriedade das frases nas primeiras duas colunas. Há de se destacar o design das imagens da coluna central, contendo “colunas gregas” como forma de fazer menção à tradição helênica – ainda que este espaço não seja dedicado somente a autores clássicos.

Outro exemplo, é o da página Curso Prático de Estoicismo (Figura 5), em que há também a escolha por três cores neutras para cada uma das três colunas da página. Aqui, cada cor é dedicada a um dos três principais filósofos clássicos do estoicismo: a primeira coluna em preto, são frase de Epicteto; a segunda coluna em branco, são frases de Sêneca; e a terceira coluna, em bege, são de frases de Marco Aurélio. A escolha das cores nessas duas páginas se assemelha de certa forma.

Figura 4 – Print Screen da página “Olhar Estoico”



Fonte: Instagram.

Já no caso da página “Aplicando o Estoicismo” (Figura 6), temos a padronização das cores, com o diferencial de que, a cada postagem contendo uma frase, há também o busto referente ao autor dessa frase. Seguindo um padrão de autores, o padrão das frases também se repete: sempre frases de Epicteto, Sêneca e Marco Aurélio. Ainda sobre esses exemplos, é interessante notar que há uma tentativa de desenvolver uma espécie de identidade para cada uma delas pelo uso das cores e da estrutura das postagens. Assim como há uma certa aproximação dessas características entre as três páginas, ou seja, a tentativa de uma composição harmônica de cores e imagens ou figuras que conferem a elas significados.

É importante perceber que nem todas as páginas trazem pensadores ou qualquer possível expoente da filosofia estoica contemporâneo a todo momento, como ocorre com essas três últimas. Às vezes, utilizam-se de frases prontas de grandes personalidades, de *coaches* e pensadores contemporâneos não necessariamente ligados ao estoicismo.

Figura 5 – Print Screen da página “Curso Prático de Estoicismo”



Fonte: Instagram.

Além disso, é interessante notar que muitas dessas páginas, quando não são vinculadas a cursos, oferecem cursos de estoicismo e/ou materiais pagos que tratam da filosofia de forma prática. Ou seja, funcionam como meio de divulgação de algum produto.

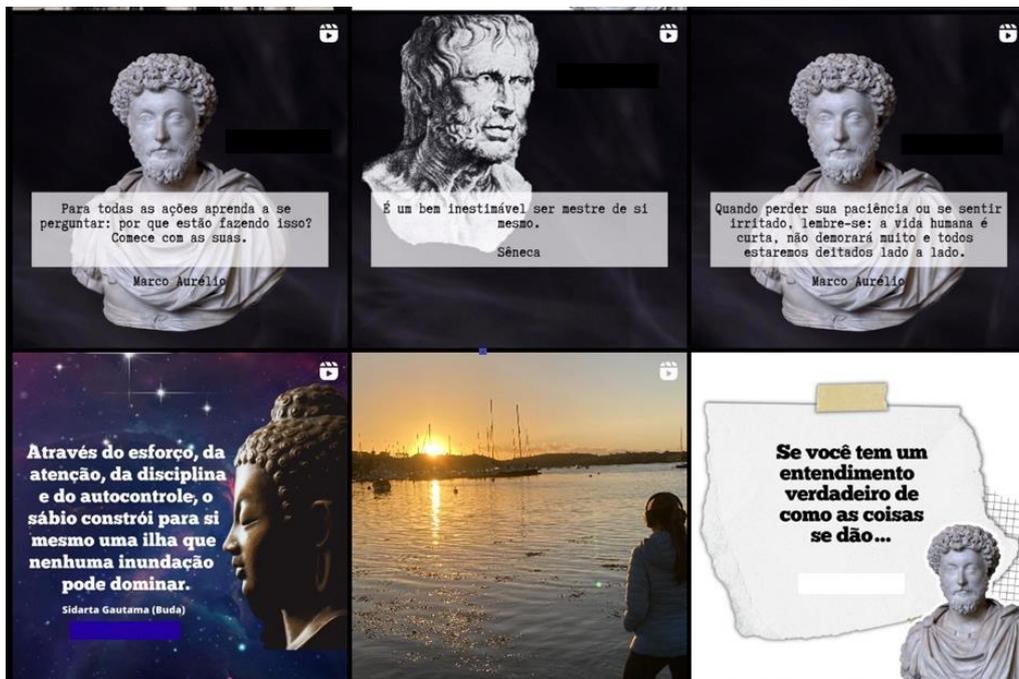
Por outro lado, o perfil “Vida Estoica” aposta no compartilhamento mais diversificado, contendo fotografias pessoais, vídeos com mensagens e outros tipos de publicações. Mas também não foge à regra de publicações com frases estoicas e/ou de conteúdo motivacional, com a imagem do busto dos autores. Veja o exemplo da Figura 7.

Figura 6 – Print Screen da página “Aplicando o Estoicismo”



Fonte: Instagram.

Figura 7 – Print Screen da página “Vida Estoica”

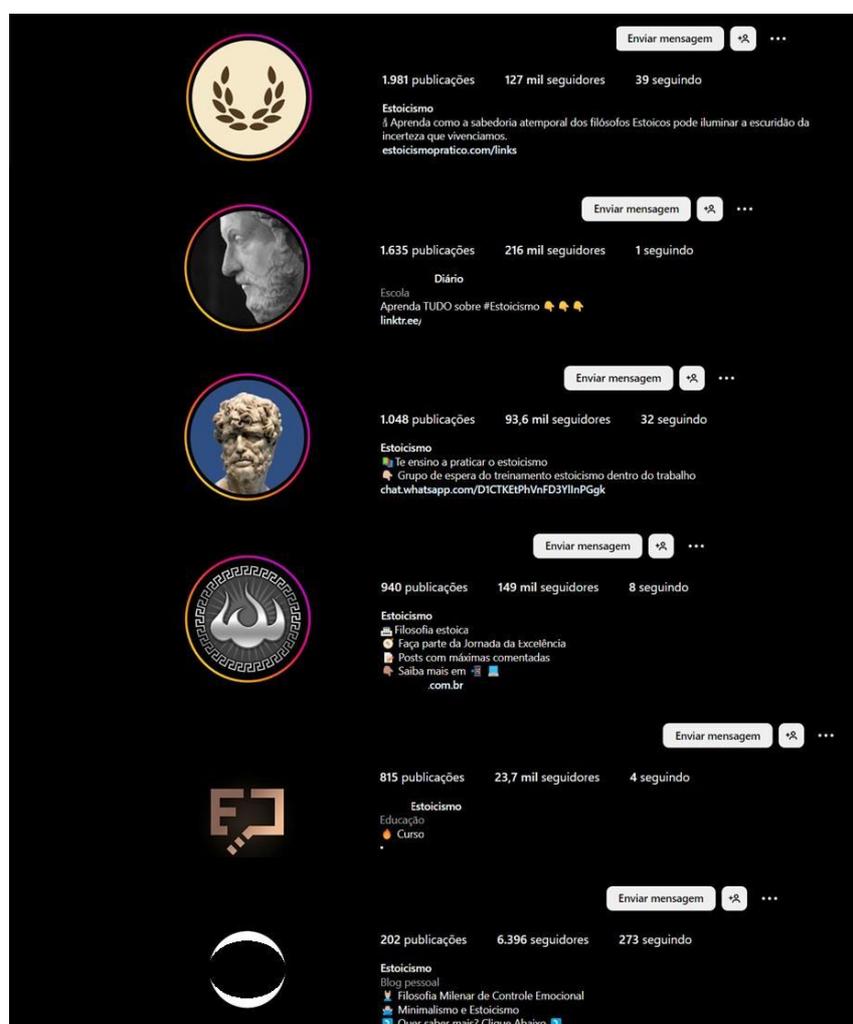


Fonte: Instagram.

O Instagram, portanto, fornece a ambientação para esses grupos se desenvolverem. A estética tem similaridade entre um grupo e outro, assim como a linguagem e a forma como utilizam as ferramentas da rede social. Como pode ser visto na Figura 9, isso se estende a outras ferramentas, como os *stories*.

É perceptível também o uso da plataforma como lugar de divulgação de cursos de filosofia estoica ou até de prática da filosofia estoica associadas a outros estilos de vida, como o minimalismo por exemplo, como é possível perceber na seleção de perfis na Figura 8. Essas informações geralmente se encontram nas chamadas *bios* (abreviação para biografias), legendas informativas que se encontram ao lado da imagem de perfil das páginas. A Figura 8 é um exemplo dessa recorrência, em que muitos perfis trabalham oferecendo cursos online de formação para a prática do estoicismo.

Figura 8 – Print Screen de algumas das "bios" de perfis estoicos

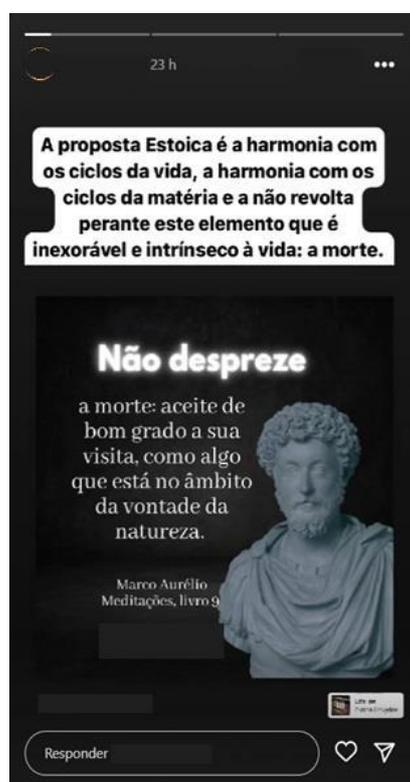


Fonte: Instagram.

Se a prática da filosofia é tão recorrente e implica diretamente nas escolhas dos estilos de vida e modelos de compartilhamento, ou no *habitus* que está sendo mobilizado a cada postagem, é importante se perguntar sobre o tipo de pessoa que é modelo para essas concepções.

Dito isso, é interessante perceber essa recorrência relacionada também à recorrente utilização da estética clássica, romana e helenista, os bustos etc. como facilitadoras do entendimento acerca dos conteúdos aos quais estão sendo compartilhados. Mas também, se tratando de uma referência simbólica, a escolha por essa estética não apenas coordena o gosto pela filosofia estoica, mas demarca também uma orientação a um modelo estético específico, acenando positivamente a essa estética clássica, eles acionam um modelo ideal de transmissão de ideia. Mais do que fonte da filosofia, essas culturas e períodos históricos podem também, obviamente, demarcar não apenas a referência desses estilos de vida, mas também, a noção de pessoa que está sendo modulado por esses grupos. É pensando nisso que essa relação pode ser feita: uma forma de empreendedorismo que envolve diretamente a prática da filosofia estoica, como produto, e a construção de uma noção de pessoa como resultado dessa produção.

Figura 9 – Story da página “Vida Estoica”



Fonte: Instagram.

Por ora, importa destacar que as características até aqui descritas circundam o que de fato é o foco de nossa análise aqui. O caminho seguido ao encontro dessa comunidade estoica tem algumas informações relevantes para nos oferecer. De maneira ilustrativa, mas também para que o leitor possa entender as propostas que vamos elencar mais adiante, é preciso uma nova contextualização para responder à seguinte pergunta: em que ponto esses novos grupos de estoicos se relacionam com alguma noção de pessoa?

### 2.3 O ESTILO DE VIDA DOS ESTOICOS: PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

Mike Featherstone fala, em seu livro *Cultura do Consumo e Pós-Modernismo* (1995), sobre uma espécie de extinção das fronteiras entre a arte e a vida cotidiana após a segunda metade do século XX a partir de uma herança dos movimentos de vanguarda artística do pós guerra, da centralidade de uma espécie de arte corpórea que se traduzia nas mais diversas formas de propaganda e entretenimento e a crescente e fluida rapidez com que novas imagens e signos tomavam a vida cotidiana. Se levarmos adiante essa concepção, e acrescentarmos a essas proposições a categoria do ambiente digital, veremos que a ideia de Featherstone parece se concretizar de maneira categórica, sobretudo se tratando do jeito como as formas de consumo atravessaram as primeiras décadas do século XXI. Apesar de Featherstone manter essas elaborações intrínsecas à esfera do consumo, seu estudo nos dá pistas de que podemos interpretar essa estilização da vida cotidiana sob diferentes perspectivas, uma vez que, atrelada ou não à cultura de consumo, a expressão “estilos de vida” tem capacidade de determinar especificidades de grupos e indivíduos a partir da forma como concebem seus cotidianos, suas preferências e referências.

Para os estoicos no ambiente digital, isso se dá de maneira um tanto quanto didática, sob os pressupostos da filosofia e seus principais dogmas, porque esses princípios da filosofia são produtos do manual prático para se viver o estoicismo, portanto, são frutos de um determinado consumo que se traduz em um estilo de vida. Ao mesmo tempo, quando aplicados ao cotidiano contemporâneo e ao próprio ambiente digital, se faz transparecer um ideal indistintamente prescritivo de uma maneira de viver bem. Sobre algumas dessas prerrogativas e suas aplicabilidades será dedicada essa sessão.

Como veremos adiante, nos próximos capítulos, o estoicismo é fundamentalmente uma filosofia de essência prática, portanto, o caráter prescritivo para uma “boa vida” é um dos fundamentos dessa filosofia. Aliado a isso, encontram-se a ideia de reconciliação com uma espécie de natureza regrada por uma razão universal e o controle das emoções como característica fundamental para se viver em harmonia com esse cosmos de leis definidas. Se entrarmos em um perfil estoico no Instagram, logo nos depararemos com alguma prescrição, conselho, dica, reflexão que se

relacionam com essas três esferas: (1) para se ter uma boa vida e se alcançar a eudaimonia<sup>8</sup>, é preciso compreender que existe (2) uma espécie de confluência racional, de leis ou destinações que regem toda a natureza e todo o cosmos e das quais estamos inseridos, (3) sendo necessário a absorção dessa racionalidade para um ajuste das emoções para se viver de maneira justa e virtuosa com essa natureza regrada, aceitando o que não podemos interferir e evidenciando aquilo que está ao nosso controle.

Se nos utilizarmos desses princípios e nos voltarmos às relações com o fenômeno *coach* e o campo da autoajuda, estaremos diante de uma descrição de um sujeito de postura quase heroica, a pessoa que sabe da finitude da vida, não se regala por qualquer coisa e nem se sente atingido por elas. Essa postura prevenida e absorta é também o ideal empresarial, a pretensa frieza por trás do capitalismo que associa a racionalidade pragmática com o rígido controle das emoções. Ainda que a sensibilidade seja louvada, ela só existe em decorrência das regras e das leis naturais, ou seja, sem exageros, tentando manter uma aparência de equilíbrio. Portanto, o sentimento provocado pela eudaimonia só é possível mediante a noções de que todos vão morrer um dia e que existem leis que não se podem mudar. Esse conformismo, de alguma forma, atrelado às estruturas psíquicas do individualismo conferem esse tom preventivo dos estoicos. Essa prevenção acerca das leis inquebrantáveis da natureza, é traduzida pelo conceito de ataraxia, a tranquilidade da alma, isto é, como não há escapatória perante os regimentos gerais do cosmos, não se pode desesperar. Antes, é preciso avaliar as circunstâncias para saber o que está ao alcance do controle e o que não está ao alcance do controle. E esta é a chamada dicotomia do controle. É por esse conceito que os estoicos baseiam a ideia de ser viver livre de preocupações, das quais não se pode ter controle.

Essas são as principais regras e práticas do estoicismo e são as regras mais anunciadas pelos celebrantes da filosofia. Contudo, é possível aqui separar dois grupos celebrantes desse estilo de vida: aqueles que utilizam esses conceitos como prescrição e, portanto, não levarão todos esses dogmas ao pé da letra; e aqueles que farão uma leitura literal desses princípios. No primeiro grupo, se concentram a maioria dos perfis que fazem parte de nosso escopo etnográfico e são perfis em que, em geral, os criadores de conteúdo aparecem com frequência, expõem suas vozes, possuem uma relação mais direta com os seguidores etc. Esses perfis parecem tratar a filosofia não somente como um manual de práticas, mas também como um conjunto de crenças.

Por outro lado, existem os grupos que tomam os princípios do estoicismo em sua literalidade e aplicam sem uma filtragem de contexto, por exemplo. Geralmente, esses perfis apresentam vídeos

---

<sup>8</sup> Do grego *εὐδαιμονία*, composta pelos termos “*eu*” (“bom”) e “*daimōn*” (“espírito”), significa primordialmente uma condição de ser habitado por um espírito ou um gênio bom (cf. Aristotle's Psychology, 1999). Para os estoicos, a eudaimonia, compartilhada com esse aspecto regrado da natureza, ganha uma característica compensatória, como a verdadeira felicidade no sentido da satisfação e da virtude.

narrados, imagens de homens musculosos e a narrativa quase sempre é uma descrição da postura de um estoico perante alguma adversidade. Como dito acima, esse segundo grupo tem pouca recorrência durante a etnografia, pois há poucos que se detenham apenas ao estoicismo. Mas existe neles uma forma de consumo peculiar do estoicismo, como maneira de atestar um determinado ideal de ser humano e, em alguns casos, um ideal masculino. É um discurso que os *coaches* da masculinidade usam. Há também os vídeos de pessoas que usam da filosofia estoica como discurso motivacional e fazem vídeos de seus treinamentos (ou do treinamento de outrem), colocando frases e narrações de frases dos filósofos estoicos, por exemplo. Outros expõem vídeos com a narração de vozes masculinas graves e imagens dos filósofos aos quais o vídeo faz referência, ao fundo uma trilha sonora com bpm reduzido ajuda o tom da fala aconselhador. A estranheza dessa forma de consumo da filosofia é o fato de que ela possui grande abrangência, com perfis que beiram um milhão de seguidores.

Essa forma de consumo da filosofia, por parte desse segundo grupo é, de certa forma, uma simplificação da filosofia estoica. Ao se apropriarem desses princípios, a tentativa é dotar de credibilidade e referência um discurso tomado de uma individualização extrema e em alguns casos misturados com discursos motivacionais, preenchidos com a ideia de que “o meu maior inimigo, sou eu mesmo e eu preciso vencê-lo”.

Por outro lado, o primeiro grupo concentra sua leitura no estoicismo e parece fazê-la de forma prescritiva e aplicada, contextualizando seus princípios. Além disso, como expõe com maior frequência seus rostos, gostos, cotidianos e o que consomem, possuem uma caracterização maior para narrarmos a forma como se utilizam da filosofia. Se por um lado, o segundo grupo parece empregar a filosofia estoica como um arranjo literal da individualidade ou, antes, do pretendido individualismo perfeito. O primeiro grupo se concentra na aplicação do próprio individualismo dos princípios filosóficos do estoicismo para ler a realidade em que estão inseridos.

Esses princípios são realocados e empregados inúmeras vezes como parte primordial de um estilo de vida pretendido e praticado pelos criadores de conteúdo e administradores dos perfis estoicos no Instagram. Sendo essa sua referência, podemos considerar isso sob duas diferentes perspectivas mediante os estudos de Featherstone.

O primeiro é mais do ponto de vista pragmático, já que essas características nos ajudam a compreender esses estoicos como parte de um grupo estético que compartilham um estilo de vida semelhante. O que podemos averiguar pelas temáticas, obviamente, mas também pela maneira como falam, geralmente com cuidados na fala, sem excessos, com tom de voz baixa e demonstrando calma. Existe também um apreço por demonstrar os lugares por onde viajam, em alguns casos, lugares ligados à própria tradição estoica como partes históricas da Itália e da Grécia. Assim como os gostos e preferências que divulgam, da alimentação saudável, a predisposição para leitura e o cuidado de si.

Aliado a isso existe também um apreço pela prática de exercícios físicos como parte da disciplina essencial para o controle das emoções.

Em segundo lugar, existe uma perspectiva mais abstrata desse estilo de vida que se averigua naquilo a que Featherstone (1995) chamou de “sociogênese de estilos cognitivos”, ou seja, a capacidade de exprimir valor de uma coisa a qual antes não se era dado esse tal valor. Ele exemplifica essa dinâmica com duas analogias, das quais, segundo ele, essa concepção seria

o processo por meio do qual as montanhas, por muito tempo encaradas com indiferença por viajantes e nativos, tornaram-se objetos belos, capazes de proporcionar prazeres estéticos, foi um processo social definido, envolvendo o desenvolvimento, a educação, e a institucionalização de novos gostos nas classes médias; da mesma maneira, no princípio do século XVIII, o surgimento do *Grand Tour* passou a atrair pessoas da nobreza e das classes altas que desejavam vivenciar as ruínas e os tesouros artísticos da Europa, enquanto anteriormente a atitude predominante era de resistência a sair da própria localidade, imaginando-se, de modo geral, que ela proporcionava todas as sensações e prazeres de que se poderia precisar (Featherstone, 1995, p. 104).

É claro que Featherstone está empregando essa concepção sob um ponto de vista específico, a estetização da vida, ou como já apontamos, a junção irrestrita de modelos artísticos com a vida cotidiana. Contudo, se pararmos para pensar na origem e proposta do Instagram como rede social de compartilhamento de fotografias instantâneas, assim como os usos que a rede ganhou com o passar do tempo podemos considerar esse um espaço propício para o compartilhamento de estilos de vida. Além do mais, se transportarmos as comparações de Featherstone para o contexto de nossa etnografia podemos perceber que esses celebrantes do estoicismo estão também atribuindo valor a uma coisa que poderia passar despercebida enquanto função estética da forma de viver. Assim como as montanhas que sempre estiveram lá e que se tornam atrativas para os novos visitantes a partir de um determinado período, o estoicismo, enquanto filosofia antiga, também reencontra de tempos em tempos seus visitantes aficionados.

Mas os estoicos inseridos no ambiente digital não iniciaram uma revolução estética ou o propuseram indiretamente o surgimento de uma tendência de modelos e estilos de vida artísticos, vanguardistas ou atrelados a esse bucolismo ao qual se refere Featherstone. Para os estoicos, poderíamos considerar essa validação estética pela forma de utilização do próprio Instagram: pela padronização de estilos e características que vemos nos perfis e pelo fato dos criadores de conteúdo estoicos utilizarem esse espaço para apregoarem sua forma e estilo de vida através de cursos, dicas e conselhos. Portanto, não seria exagero alocarmos esses celebrantes do estoicismo dentro de uma esfera já pré estilizada e concebida pelo fenômeno *coaching* e promulgada pela já clássica linguagem de autoajuda.

Se o processo da sociogênese de estilos cognitivos de Featherstone se dá a partir do desenvolvimento, da educação, e da institucionalização de novos gostos nas classes médias, a utilização do estoicismo como linguagem criadora de um estilo de vida também se dá pela cooptação de um campo já existente na classe média, na subversão de paradigmas religiosos e na tomada da neurolinguística e da autoajuda enquanto linguagens norteadoras de sentido e na estrutura promovida pelo fenômeno *coaching* enquanto parte dessa ruptura religioso preconcebida, agora dotada de uma maior individualização. A estetização do estoicismo portanto, é a conferência um ideal mais sóbrio e de caráter mais absorto e prevenido em relação à agressividade da estética *coaching* e da literalidade da linguagem positiva da autoajuda, ou seja, isso pode ser lido como um processo de elitização das estruturas já elitizadas da linguagem positiva e do fenômeno *coaching*.

Embora essa forma de uso não seja exclusiva dos estoicos nesse ambiente digital, pois em todo canto da rede social existem pessoas vendendo quaisquer que sejam as mercadorias, a característica padronizada fomenta justamente a manutenção de grupos com status fixados em um determinado estilo de vida. Além disso, o fomento filosófico em um universo tomado pelas expressões positivadas e pela Programação Neurolinguística, é uma novidade na forma de compartilhar autoajuda, ainda que de forma indireta em muitos casos. Embora alguns desses criadores de conteúdo tentem se desvincular do fenômeno *coach*, muito da linguagem, da estética e dos estilos de vida compartilhados estão relacionados a tal fenômeno.

Obviamente, não há aqui o apelo nem para uma diversificação muito grande de modas, modos e costumes, e nem para uma padronização excessiva, costumeiramente vista em grupos coesos. O que pode ser reflexo do meio digital, como um ambiente capaz de reunir e fechar grupos em si, na mesma instância que ajuda a fragmentar grupos e perspectivas. Como são perfis, em muitos dos casos administrados por uma única pessoa, essa fragmentação é mais notável. Contudo, os padrões de estética estão lá, a cada postagem contendo um busto de Marco Aurélio, a cada caixa de pergunta respondida de forma prescritiva, no tom confessional das falas e no apressamento por estéticas e vontades sublimadas.

### **3 O ESTOICISMO ANTES E OS ESTOICOS HOJE: O ESTOICISMO COMO FONTE DA PESSOA MODERNA E A PESSOA ESTOICA COMO FORMA DE EMPREENDEDORISMO**

#### **3.1 A PESSOA, O ESTOICISMO E O EMPREENDEDORISMO**

Quando mencionamos a noção de pessoa, entendemos que uma parte considerável dos trabalhos que desenvolveram o tema olhou para o Ocidente, mais precisamente, para o ideal advindo da modernidade ou da formação da modernidade – ainda que de forma comparativa em relação a outras sociedades, apontando, em vários momentos, para questões que tratam do esquema indivíduo/individualismo ou de tal esquema como forma de valor (Dumont, 1985; Foucault, 1985; Vernant, 2002; Dumont, 2008; Mauss, 2018). Esse olhar, em si, contém necessariamente como um dos fatores centrais, a ascensão e caracterização do sistema capitalista, isso é, se apenas olharmos o ponto de partida das discussões sobre o valor e o indivíduo moderno.

Apesar de conjugadas com esquemas considerados modernos, características do sistema capitalista, tais como a predileção do trabalho como designo moral, são marcantes para o desenvolvimento, por exemplo, da noção de valor no individualismo apresentado por Dumont (1985). Foi pensando nessas disposições que, como vimos no início, em uma de nossas primeiras intenções, queríamos adentrar no universo editorial da autoajuda e analisar mais de perto o fenômeno do *coaching* sob a prerrogativa de ser esse um lugar comum em que tal valor constituiu-se de maneira a significar todas as possíveis relações traçadas nesses contextos. Sobretudo, àquela relação que coaduna valores e aspectos do universo das emoções com a gestão financeira e empresarial. Isso se daria, em um primeiro momento, a partir das características desenvolvidas pelas novas concepções empresariais advindas das reformas trabalhistas e produtivas, principalmente da Reestruturação Produtiva e o avanço do ideal empreendedor a partir dos anos de 1990. Contudo, mediante a muitas e diversas possibilidades que se apresentavam, o seguimento daquilo que, a partir de Boltanski e Chiapello (2009), se convencionou chamar de “literatura de gestão empresarial” pareceu um termo um tanto quanto expansivo para ser aplicado nos nossos tempos. Isso porque, poderíamos subscrevê-la em diversos conjuntos de representações distintas, como já mencionamos no primeiro capítulo. Certamente que nos anos de 1990, no auge da distribuição dessa literatura, sua concepção deveria ser mais fácil e aceitável. Assim, foi compreensível que tal literatura, completamente alinhavada ao capitalismo, ajudasse a

permeiar o conjunto das representações mentais próprias de determinada época, de infiltrar-se nos discursos políticos e sindicais, de fornecer representações legítimas e esquemas de pensamento a jornalistas e pesquisadores, de tal modo que sua presença é ao mesmo tempo difusa e geral (Boltanski; Chiapello, 2009, p. 83-84).

Entretanto, o que se vê posteriormente a esse período é que essa permeabilidade ganhou tantas possibilidades novas que o esforço depreendido para tratar de características gerais relacionadas à literatura de gestão financeira e empresarial hoje, certamente, correria o risco de deixar aspectos importantes de lado, como por exemplo a distinção de uma literatura mais técnica, vinculada à esfera da gestão e da administração propriamente ditas, e de uma mais vinculada à esfera da autoajuda que possui uma gama ainda maior de possibilidade que vão desde aspectos relacionados à neurolinguística, passando por apropriações espirituais e religiosas, até componentes morais e práticos para tratar da gestão empresarial.

Por isso, nossa intenção primária carecia desse afunilamento necessário para aplicação e aprofundamento das hipóteses iniciais. Para tanto, uma série de levantamentos e possíveis conexões foram feitas. Se tratar da literatura, propriamente dita, já não era uma possibilidade pelo contexto pandêmico e também já não garantiria alguma segurança metodológica, buscamos grupos que abordavam a temática. Embora possa parecer simples caracterizar grupos a partir de esquemas que os especifique – ou seja, separá-los pelos conteúdos voltados ou não à literatura de autoajuda relacionada à gestão financeira e empresarial –, encontrar traços das experiências dos participantes e das relações sociais nesses grupos é uma tarefa, um tanto quanto, complicada. O que se apresenta não somente pelo aspecto diverso de características (que vão desde noções básicas de investimento até consultorias especializadas), assuntos e relações em que estão sendo transmitidas as linguagens, mas também pelos símbolos e as ações desses grupos. O que se dá, por conta de uma elaboração própria de toda essa linguagem: a experiência que se expressa quase sempre a partir do sujeito que de tanto tentar alguma coisa, uma hora, finalmente, consegue. Essa é uma peculiaridade presente em quase todos os substratos da autoajuda e/ou da literatura de gestão financeira e empresarial (Brunelli, 2004; Benedeti, 2011; Leite, 2019). Por isso, encontrar esquemas minimamente coesos, como se configuram os grupos de estoicos no Instagram, foi o caminho mais seguro para se chegar a algum lugar em que estivessem dispostas experiências, vivências e relações possíveis de serem observadas desde um contato primário. Mas para que pudéssemos dar prosseguimento à análise, sem perder de vista os preceitos primordiais de nossa hipótese, ainda carecíamos de mais informações que pudessem fornecer e enriquecer o aspecto da coesão desses grupos.

Nesse período, tivemos contato mais direto com literaturas de gestão, tais como *O Gerente Eficaz* (1990), de Peter Drucker; *O Mito do Empreendedor* (2011), de Michael E. Gerber; *Rápido e*

*Devagar: Duas Formas de Pensar* (2012), de Daniel Kahneman; e *Os Sete Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes* (2009), de Stephen R. Covey. Nessas obras, tive contato com a ideia sobrepujante de ver o empreendimento como risco e algo imbuído de concepções morais que consegue conjugar várias ou todas as áreas da vida. Nos mesmos moldes de manuais práticos, alguns deles apresentam práticas e hábitos no intuito de ajudar os leitores a não apenas lidarem com seu empreendimento, mas a “viver bem”. Nesse ínterim, os perfis de estoicos se apresentavam em grupos e se dispunham como novas possibilidades em minhas pesquisas. Coadunando esquemas próximos a esses apresentados nas literaturas de gestão, porém, autoproclamado como algo distinto, sublimado em relação a essa e outras esferas da vida.

Foi a partir dessas propostas que as observações se voltaram às páginas do Instagram que tinham como viés a filosofia estoica. Mas, como mostraremos na Tabela 1, em muitas delas o que se sobressai do estoicismo são apenas aplicações práticas, de conteúdo motivacional. Contudo, algo nos chamou a atenção: por que o estoicismo está sendo empregado em uma relação com autoajuda, a gestão empresarial e financeira? Como esses universos se relacionam? Se ao chegar a essas páginas nos conduzimos a questões que nos levaram a novos rumos ou rumos mais aprofundados, sabemos que a profundidade não pode ser apenas analisada pela aparência em que as informações são transmitidas. Ainda mais se levarmos em conta o ambiente digital e as conexões rápidas e caracterizadas por uma dimensão imensa de símbolos em espaços, produtos e expressões curtas. E, por isso, era importante entender as bases dessa possível relação, o que se apresentou bastante alinhado com o modelo de empreendedorismo já demarcado a partir da década de 1990 e seus postulados anteriores, vinculados a produção de conhecimento, ao consumo e ao trabalho.

Isso porque, em geral, o ideal do empreendedorismo em estudos sociológicos parece se desenvolver justamente relacionado a uma sociologia do conhecimento que se pode averiguar nos estudos de Merton e Mannheim, por exemplo, atrelado a um modelo de *Zeitgeist* ou então ligado à sociologia do trabalho de origem weberiana e shumpeteriana, ligadas à transição do modelo de trabalho que ganhou forma no final do século XX e início do século XXI, como modelo de acumulação flexível (Santiago, 2018). Mas pensamos aqui esses modelos de forma misturada e mais aportado sob um paradigma psicológico, sem perder de vista seu pragmatismo potencial. Aqui compreenderemos o empreendedorismo como uma construção simbólica que, ao sustentar um modelo de trabalho flexível, acentua também a concepção de uma pessoa adaptável.

Contudo, apesar de ser fácil de encontrar esses símbolos e a representação desse ideal do empreendedorismo no ambiente digital, sobretudo pela grande distribuição de símbolos relacionados à linguagem positiva e de autoajuda, tê-los dentro de um conjunto restrito de representações é difícil devido à alta variabilidade de associações, utilizações e aplicações dessa linguagem que existe nesses

ambientes. Foi pensando nisso que novos critérios foram necessários para encontrarmos grupos de perfis mais coesos. Podemos listar alguns critérios aqui: (1) buscamos por grupos que dedicassem maior foco na filosofia estoica, propriamente dita, tendo-a como questão principal e fundamental da página; (2) seria preciso um grupo que tivesse um cotidiano passível de ser analisado como tal, com diferentes postagens diárias ou semanais para servir como tipo ideal; (3) além de ser importante acompanhar mais de um tipo de conteúdo, distribuídos em cursos oferecidos, perfil em outras redes sociais e interação com os seguidores através de *lives*, vídeos, fotografias, stories e textos, para não nos enviesarmos por uma forma única de interação, quanto mais formas disponíveis de interação, melhor. Os resultados naquele momento que melhor representaram uma seleção coesa final e que nos conduziram para a escolha do grupo base foram esses:

Tabela 1 – Resultado da busca por “estoico”; “estoica” e “estoicismo” no Instagram

<b>Páginas</b>	<b>Foco na filosofia estoica</b>	<b>Cotidiano e variação de postagem</b>	<b>Outras plataformas/ redes sociais</b>	<b>Dispõe de cursos, consultoria ou mentoria</b>	<b>Seguidores</b>	<b>Interação direta com seguidores</b>
@vidaestoica	Sim	Diário/com variações	Sim	Sim	9.500	Sim
@diasestoicos	Sim	Diário/com variações	Sim	Sim	121 mil	Sim
@adriano_oestoico	Sim	Diário/com variações	Sim	Sim	4.431	Sim
@sa.ataraxia	Sim	Sem padrão definido	Sim	Sim	696	Sim
@estoico.diario	Sim	Diário/com pouca variação	Não	Sim	86 mil	Sim
@aplicandoestoicismooficial	Sim	Diário/com pouca variação	Não	Sim	12,1mil	Não
@cursoestoicopratico	Sim	Diário/com pouca variação	Sim	Não	76,6mil	Sim

@irmasestoicas	Sim	Diário/com pouca variação	Sim	Não	8.189	Não
@stoadobrasil	Sim	Diário/com pouca variação	Sim	Não	5.364	Não
@estoicosmodernos	Sim	Semanal/com pouca variação	Não	Não	6.326	Não
@estoicismoaplicado	Sim	Sem padrão definido	Não	Não	7.731	Não
@nicestoicismo	Sim	Diário/com pouca variação	Não	Não	12,1 mil	Não
@legadodestoico	Sim	Sem padrão definido	Não	Não	4.835	Não
@essencialestoico	Não	Semanal/com pouca variação	Sim	Sim	1.558	Não
@anguloestoicismo	Não	Diário/com pouca variação	Sim	Não	1.375	Não
@Investidor_estoico	Não	Diário/com variações	Não	Sim	1.493	Sim
@estoicossoficial	Não	Semanal/com variação	Não	Não	2.322	Não

Fonte: Instagram.

Posteriormente à aplicação desses critérios, chegamos à comunidade a partir da qual embasamos nossa análise: “Vida Estoica”. Além de cumprir com os três pressupostos elencados, essa comunidade base possui também aportes importantes para a fluidez da observação. Em primeiro lugar, como já apresentado, uma estética própria que diz respeito, tanto à linguagem quanto aos contextos em que a linguagem está sendo empregada, ao mesmo tempo em que se aproxima em vários momentos da estética dos demais grupos. Em segundo lugar, nos apresenta a dimensão da vivência como ponto fulcral para a elaboração e compartilhamento de muitos dos conteúdos – isso fica claro em algumas postagens de Carla, em que ela compartilha pequenos vídeos ou fotos de sua rotina de exercícios, momentos de lazer e estudo, demonstrando seu estilo de vida. Não obstante, tê-lo como

base não excluiu a possibilidade de estarmos frequentemente em observação das movimentações e atividades dos/nos outros perfis. Uma vez que é possível relatar o contato e a interlocução entre alguns deles com o perfil “Vida Estoica” e vice versa. O que se dá pelo fato de algumas dessas páginas seguirem o perfil “Vida Estoica” no Instagram e/ou serem seguidas por ela e algumas, inclusive, fazerem o que eles chamam de colaboração com o perfil dela. Mas o que, em geral, nos leva a destacá-la como base da análise é a possibilidade de compreender suas postagens como parte de um cotidiano, como já dito, ou seja, a experiência cotidiana acontece em uma rotina de postagens, mas aquilo que se ausenta da vivência do cotidiano digital, está sendo contado também nos conteúdos compartilhados. As analogias, as metáforas e as aplicações da filosofia estoica são feitas com base nas experiências de vida da criadora da comunidade ou dos exemplos que lhe são fornecidos pelos seguidores.

Dessa forma, durante os sete meses em que estive inserido nesses espaços, acompanhei as atividades das páginas de Instagram listadas na Tabela 1 e observei, de forma mais efetiva, as atividades desenvolvidas pela administradora do perfil “Vida Estoica” no Telegram, no YouTube, no blog referente à página e em atividades como podcasts, vídeos e *lives* nessas diferentes plataformas já listadas. Obviamente que a adjunção desses diferentes espaços se dá por conta das estruturas de cada um deles serem distintas. Contudo, o que facilita um trânsito entre eles é o fato de que os conteúdos que estão sendo manejados, remanejados, produzidos e compartilhados não são diferentes de um ambiente para outro. O que difere, na realidade, são as formas dos conteúdos que estão sendo compartilhados. No Instagram, temos os vídeos curtos, as postagens instantâneas que duram vinte e quatro horas, postagens fixas (que formam o conjunto do cotidiano de postagens), *lives* de tempo variado etc. O Telegram, nesse caso, é usado como mecanismo de anúncio de novos episódios de podcasts, novos vídeos, programação de *lives* e postagens e dicas em geral. O YouTube é a plataforma de vídeos de temporização variadas e que, no caso da administradora do perfil “Vida Estoica”, podem ser desenvolvidos com gravações e edições mais simples, com apenas a criadora de conteúdo falando para uma câmera, pode ser conteúdos de *daily vlog*, mostrando aspectos de seu cotidiano, caminhadas, viagens e dicas em geral, podem ser podcasts com vídeos narrativos ou vídeos temáticos com edições de sonoplastia e de imagens. O blog é o ambiente mais textual, com textos mais longos e, ao mesmo tempo, é o lugar em que se encontram o direcionamento para todas as demais plataformas.

Nas interações no perfil “Vida Estoica”, bem como nas outras páginas que têm por foco a filosofia (Tabela 1), a aplicação constante de textos antigos e as sugestões do que ler, do que ouvir, do que consumir são traços que se mostram presentes em quase todos os tipos de conteúdo. Mais do que indicações corriqueiras, característica essa de quem produz conteúdo para internet – uma vez que esse já é um universo dominado pelo marketing e pela propaganda –, essas aplicações e sugestões

fazem parte de um complexo de orientações estoicas contextualizadas referentes àquilo que eles chamam de “aprender a viver bem”. Como é possível ver no slogan de um curso chamado “Curso Estoicismo na Prática”, segundo o qual, com o estoicismo, é possível “aprender a viver uma boa vida, tornar-se uma pessoa realizadora e independente, [com] autodisciplina, ter evolução constate e autoeducação”. O que nos leva, novamente, à relação com as literaturas de autoajuda e gestão e, mais diretamente, a noção de empreendedorismo. Essas orientações, prometem direcionar a pessoa estoica a uma vida controlada emocionalmente, financeiramente e capaz de lidar com os problemas e dificuldades, de maneira a interpretá-los, entendê-los e, se possível, solucioná-los.

É como se, ao contextualizarem a filosofia estoica, esses grupos acionassem um padrão discursivo tão semelhante ao do empreendedor que quase parecem parte do mesmo fundamento histórico, ou seja, o que está sendo concebido na contextualização da filosofia estoica é uma nova formação da pessoa baseada na figura que se formou a partir da reestruturação produtiva dos anos 1990. Mais precisamente, na figura desenvolvida a partir do ideal empreendedor, do qual o primeiro exemplo, Schumpeter (1997) desenvolveu em *Teoria do desenvolvimento econômico*. Apesar de tratarmos de um grupo específico, entendemos que nele concentram-se os aspectos de valor relativo às características da reestruturação produtiva, bem como da emancipação do ideal do empreendedorismo que está presente na obra de Schumpeter, assim como na obra de Weber (2004) e, os subsequentes, Boltanski e Chiapello (2009), ou seja, o valor destacado do indivíduo que incorpora as incumbências e funções do mundo empresarial<sup>9</sup> (Schumpeter, 1997; López-Ruiz, 2004; Weber, 2004; Leite; Melo, 2008), coadunado com um outro conjunto de valores que evocam sanções morais, de autorregulação e autogestão das ações e emoções. Mas essas valências só podem constar se pudermos compreender o que é o estoicismo. Dito isso, é preciso um retorno ao que foi o estoicismo como escola filosófica, para podermos compreender o que é o estoicismo enquanto prática empreendedora. Para compreendermos as articulações e conceitos que são frequentemente utilizados nessas páginas, esse próximo movimento de conhecer a filosofia estoica nos servirá como um aprofundamento histórico relevante, tanto do ponto de vista da etnografia quanto das possibilidades

---

<sup>9</sup> Nesse contexto, Schumpeter diz: “Chamamos ‘empreendimento’ à realização de combinações novas; chamamos ‘empresários’ aos indivíduos cuja função é realizá-las. Esses conceitos são a um tempo mais amplos e mais restritos do que no uso comum. Mais amplos porque em primeiro lugar chamamos ‘empresários’ não apenas aos homens de negócios ‘independentes’ em uma economia de trocas, que de modo geral são assim designados, mas todos que de fato preenchem a função pela qual definimos o conceito, mesmo que sejam, como está se tornando regra, empregados ‘dependentes’ de uma companhia, como gerentes, membros da diretoria etc., ou mesmo se o seu poder real de cumprir a função empresarial tiver outros fundamentos, tais como o controle da maioria das ações. Como a realização de combinações novas é que constitui o empresário, não é necessário que ele esteja permanentemente vinculado a uma empresa individual; muitos ‘financistas’, ‘promotores’ etc. não são e ainda podem ser empresários no sentido que lhe damos (Schumpeter, 1997, p. 83).

conceituais que em muitos momentos passam despercebidas em trabalhos antropológicos clássicos, por exemplo.

### 3.2 A ESSÊNCIA E A CONTEXTUALIZAÇÃO

A filosofia estoica, juntamente com a filosofia epicurista, surgiu em um profícuo período da Antiguidade, mais especificamente, na transição do período clássico para o período helenístico. Foi a partir da diáspora grega, provocada pelo domínio de Alexandre, O Grande (332 a.C. – 323 a.C.), que tais filosofias encontraram terreno fértil para sua fundamentação e sucesso. Embora essa ideia seja imbuída de contradições entre alguns historiadores da filosofia, muitos indicam que o processo da diáspora se deu para além de seu sentido primordialmente geográfico e territorial. Melhor dizendo, uma cisão

[...] entre o homem e o cidadão, entre o filósofo e o político, entre a interioridade e a exterioridade. Uma cultura que conheceu seu apogeu num desenho político e social que aponta para unidade, e que passa a se encontrar em uma tendência desagregadora (Tasca, 2015, p. 15).

A *polis*, como modelo único da vida moral, foi, portanto, destruída. Alexandre tirou-lhe toda liberdade formal e substancial, com a iniciativa de promover seu grandioso projeto de monarquia universal divina, reunindo não apenas as Cidades, mas também países e povos diversos (Reale, 1994). Um novo modelo cívico surge; cidadãos tornam-se súditos e têm de buscar novos modelos morais; e, na partição da ética e da política, a liberdade cívica é direcionada para uma liberdade interior. Ao mesmo tempo, com o maior trânsito de pessoas, surge o *cosmopolitismo*, o que fomenta filosofias de cunho prático, adaptativo e ideológico da vida (Tasca, 2015). É nesse momento que se frutifica o estoicismo.

Ainda sobre essa transição, Louis Dumont assevera:

Admite-se comumente que a transição no pensamento filosófico de Platão e Aristóteles para as novas escolas do período helenístico mostra uma descontinuidade ('a great gap') -- o surgimento súbito do individualismo. Enquanto que a polis era considerada autossuficiente em Platão e Aristóteles, presume-se agora ser o indivíduo quem se basta a si mesmo. Esse indivíduo é ora suposto como um fato, ora apresentado como um ideal por epicuristas, cínicos e estoicos indistintamente (Dumont, 1985, p. 39).

O criador do estoicismo foi Zenão de Cítio (335-263), como discípulo de Crates de Tebas (o Cínico) “aprendeu que o sábio vive de acordo com a natureza e em sociedade consigo mesmo” (Novak, 1999, p. 259). Da mesma forma, compreendeu que apenas o sábio “conhece o que é bom; as

ações mundanas, mesmo quando praticadas pelo sábio, não podem ser boas, mas apenas preferíveis às de outros: a adaptação ao mundo é obtida pela relativização dos valores” (Dumont, 1985, p. 40).

Integrado por diferentes escolas, como a lógica, a física e a ética, o estoicismo afirma que toda a existência é corpórea, um *continuum* conduzido pela razão. Estoicismo é uma doutrina, portanto, de reconciliação do homem com a natureza. Contudo, essa reconciliação não se opõe à vida política, o que se torna mais explícito na aplicação romana do estoicismo. Essa etapa do desenvolvimento do estoicismo, também conhecida como estoicismo imperial, foi desenvolvida por três importantes nomes: Sêneca (4 a.C-65), Epicteto (50-135) e Marco Aurélio (121-180), tendo se tornado o último imperador de Roma no ano 161. Embora não existam muitas diferenças fundamentais entre as diferentes etapas do estoicismo (Estoicismo Antigo, Helenístico Romano e Imperial Romano), são os pensadores desse período que, em geral, produziram as obras mais lidas até hoje da vertente filosófica.

Se as diferenças são poucas do ponto de vista teórico, elas se opõem mais nas questões práticas dessa nova etapa do Estoicismo Imperial Romano. Isso porque o processo de aplicação da filosofia no período romano está, quase que totalmente, vinculado à vida política. Sêneca, por exemplo, como o precursor do estoicismo imperial, tinha como função – além de cargos e da influência que exercia nos meios políticos – ser *amicus principis*<sup>10</sup> no período dourado do governo de Nero. Sêneca ajudava seu aluno singular a controlar suas paixões e a seguir pelo caminho da razão, tal qual um sábio deveria fazer (Bueno, 2016). Nesse sentido, Taynam Bueno continua:

É certo que Sêneca, ao longo de sua obra, manifesta grande preocupação com os acontecimentos políticos que lhe são contemporâneos, preocupando-se, sobretudo, com os caminhos trilhados pelo império, bem como seu futuro desenvolvimento e manutenção. Tal preocupação é refletida, por exemplo, nos inúmeros escritos deixados pelo autor, muitos dos quais com relação direta com o poder político, bem como em sua inegável atuação na vida pública romana [...] seu legado filosófico nos indica uma clara relação entre, de um lado, seu desenvolvimento intelectual enquanto pensador das questões morais e, de outro, suas aspirações políticas de inclinação visivelmente estoica. Há, portanto, uma ligação indiscutível entre sua reflexão moral e política de um lado e, de outro, as premissas herdadas dos muitos séculos de estoicismo, ligação esta que se apresenta vigorosamente na própria concepção política traçada pelo filósofo de Córdoba (Bueno, 2016, p. 18-19).

Esse esquema é possível ser encontrado em obras<sup>11</sup> como *A Brevidade da Vida* (2016), *Da Clemência* (2018), e *Sobre a ira/Sobre a tranquilidade da alma* (2014), de Sêneca. Também é possível ver repetido esse esquema nos filósofos posteriores a Sêneca. Somente Epicteto não teve uma vida pública tão alargada, fora escravo durante muitos anos e após receber a liberdade se tornou

<sup>10</sup> Cargo que era atribuído aos conselheiros do imperador (Bueno, 2016).

<sup>11</sup> “Entre seus doze Ensaios Morais, destacam-se *Sobre a Clemência*, cautelosa advertência a Nero sobre os perigos da tirania, *Da Brevidade da Vida*, análise das frivolidades nas sociedades corruptas, e *Sobre a Tranquilidade da Alma*, que tem como assunto o problema da participação na vida pública. As *Questões Naturais* expõem a física estoica enquanto vinculada aos problemas éticos” (PESSANHA, 1985, p. 23).

professor da filosofia estoica. Sua vida e seus ensinamentos serviram de inspiração para o último dos três grandes, Marco Aurélio, que teve uma vida pública ainda mais profícua, tanto que chegou inclusive ao posto de imperador, como supracitado.

Segundo Dumont (1985), essa característica é um resgate da adaptação ao mundo da qual Zenão de Cítio havia elaborado em épocas helenísticas. Segundo o autor, apesar de representar uma continuidade do pensamento estoico,

ela contribuiu certamente para confundir, aos olhos dos intérpretes posteriores, a fixação extramundana da doutrina. Os estoicos de Roma exerceram pesados cargos no mundo e um Sêneca foi percebido como um vizinho próximo pelos autores da Idade Média e até por Rousseau, que muito lhe ficou devendo. Entretanto, não é difícil detectar a permanência do divórcio original: o indivíduo que se basta a si mesmo continua sendo o princípio, mesmo quando age no mundo (Dumont, 1985, p. 40).

Portanto, o estoicismo está nos fundamentos de diversas características das concepções de mundo ocidentais. Isso se dá, por se tratar em sua origem de uma filosofia vinculada a um período crucial de mudanças nas particularidades das filosofias helenísticas, surgida ainda em etapas após o auge das filosofias do Platonismo e Aristotelismo. E, sobretudo, por fazer parte de um agrupamento de escolas filosóficas que tinham em suas propriedades, o desenvolvimento da ideia de indivíduo (Dumont, 1985; Reale; Antiseri, 2003). Bem como o desenvolvimento de tais concepções alçadas ao trato com a vida pública e o cotidiano.

Mas há também um outro aspecto menos abordado quanto à participação na vida pública e à ligação com a política da filosofia estoica: sua influência, ou antes, suas semelhanças ao cristianismo. Algo que se mostra mais preeminente nos escritos do apóstolo Paulo de Tarso. Foi durante o período de sua atuação, que o cristianismo conheceu sua transição de um caráter mais orientalizado para uma religião mais helenizada. Seu contato com a filosofia estoica é comprovado em passagem do livro de *Atos dos Apóstolos* e em sua primeira carta aos coríntios<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Nesses relatos, nos é apresentado o discurso do apóstolo junto aos atenienses no Areópago, algo que hoje se encontra inscrito em pedra ao sopé do Partenon, e que nos direciona imediatamente a preceitos estoicos. “Nele – os Atos dos Apóstolos referem-se explicitamente à discussão de Paulo com “filósofos epicureus e estoicos” – para apresentar a nova religião, o pregador usa de todos os recursos para mostrá-la não como ruptura, mas como complemento e acabamento da teologia grega: Deus é apresentado como o “deus desconhecido”, cujo único templo é o universo, da mesma forma como, para os estoicos, o logos habita o universo. Contudo, o intento de convencer os atenienses redundou em fracasso. Por isso, a seguir, Paulo muda radicalmente de discurso: “Destruirei a sabedoria dos sábios e aniquilarei a inteligência dos inteligentes... Porventura não tornou Deus louca a sabedoria deste mundo?... os judeus pedem sinal, e os gregos buscam sabedoria. Mas nós pregamos a Cristo crucificado, que é escândalo para os judeus e loucura para os gregos” (1 Cor. 1,19-23). Pode-se verificar, portanto, que há, nos textos de Paulo, duas atitudes, mas sempre tendo em conta a cultura vigente em Atenas, assim como, depois, haverá quem lute para implantar o cristianismo apoiando-se na tradição estoica (e não naquela epicurista ou célica), ou rejeitando totalmente qualquer elemento da cultura greco-romana.” (Assmann, 1994, p. 26).

Por outro lado, houve ainda um pequeno resgate da filosofia estoica durante a Idade Média, no que ficou conhecido como neoestoicismo. Esse movimento se caracterizou não apenas pelo resgate da filosofia estoica, mas também pelo esforço de sintetizar a filosofia com a religião cristã. Algo que encontra força pelas vias renascentistas do resgate de filosofias clássicas (consideradas pagãs pela Igreja Católica) e a aplicação destas junto ao cristianismo operante naquele contexto. Nas palavras de Edelberto Pauli (2014), o neoestoicismo é

a doutrina moral dos estoicos romanos, como Epicteto e Marco Aurélio, mas principalmente a de seu maior representante Lucio Anneo Sêneca, mesclada com o humanismo cristão do século XVI. Vale lembrar que essa aproximação se dá principalmente porque alguns conceitos filosóficos de Sêneca coincidem com os dogmas cristãos, como a noção de um deus pessoal, a ideia de que a alma é suscetível de ser imortal e a insistência sobre a necessidade de preparar-se para a morte, entre outros (Pauli, 2014, p. 76).

Nesse esquema, podemos dizer que alguns aspectos tomados do estoicismo pelo cristianismo corroboraram para algumas projeções de fundamental relevância na base filosófica do Ocidente, uma vez que parte de seu fundamento se dá justamente nessa transição categórica do cristianismo (Lupi, 1994). Em um primeiro momento acontece pela concepção de uma natureza identificada com um Deus único e imortal e, posteriormente, pela própria manutenção, desenvolvimento e menção da filosofia no Império Romano em épocas preliminares à estatização do cristianismo<sup>13</sup> e seu resgate na Idade Média e Renascença.

### 3.3 O ESTOICISMO CONTEMPORÂNEO

Tais referências, mesmo considerando uma longa temporalidade – haja vista sua primeira elaboração helênica e seus posteriores resgates no Império Romano e na Idade Média –, ainda estão presentes hoje. Não somente pelos estudiosos, historiadores, filósofos e demais pesquisadores das filosofias antigas, mas também por pessoas que resgatam tais referências para usos que não são acadêmicos e científicos. Esse resgate pode ser observado nos assuntos relacionados à autoajuda, em perfis de redes sociais que trabalham com frases motivacionais, na atual onda do *coaching*, nas práticas de mentoria e consultoria e na própria ideia de empreendedorismo como característica pessoal a ser desenvolvida etc. Como abordado acima, isso também pode ser visto com a crescente produção de livros que trabalham a temática, como manuais teóricos e práticos da filosofia estoica. Essas produções, dos últimos dez a vinte anos, resgatam várias ideias destas antigas filosofias. Apesar do recente resgate mais massificado, o estoicismo se manteve ativo como filosofia, conferindo

---

<sup>13</sup> Que se concretiza a partir de 380 d.C, com o imperador Teodósio I (347 – 395).

validade a discursos e perspectivas de vida, durante todos esses anos. O que pode se averiguar em um dos *podcasts* do *The Forum*, da BBC, de 2018, que começa abordando a experiência de James Stockdale em 1965, durante a Guerra do Vietnã. Nesse episódio, chamado “Calm in the chaos: The story of the Stoics”, nos é contado como o piloto James Stockdale foi abatido ao sobrevoar o país inimigo e feito prisioneiro. Durante os sete anos como prisioneiro de guerra, o piloto diz que encontrou na leitura de Epicteto o seu propósito moral, atribuindo a si próprio o controle sobre sua vida mesmo estando encarcerado e subjugado por forças inimigas (The Forum, 2018).

Posteriormente, é no mundo digital que a filosofia estoica tem encontrado uma proliferação significativa. Isso condiz com o uso do estoicismo, uma filosofia antiga, relacionado ao universo da autoajuda – do emprego de tal filosofia, como forma de atuação digital através de páginas, blogs e criação de conteúdos em geral; da criação de nichos que confluem tanto para um estudo aprofundado da filosofia, quanto para sua prática através de frases simples e prontas, tais como: “viva o agora”, “não existe nada que o impeça de fazer o que deve ser feito”, “palavras são opiniões, não fatos. Ação é a única verdade”, “se um problema não tem solução, então já está solucionado” etc. que podem ser averiguadas em alguns dos perfis da Tabela 1. Assim, ao se estender pelo mundo digital, o estoicismo ganha alguma visibilidade e aplicação nos diferentes meios em que proliferam também tanto o discurso motivacional quanto de autoajuda através dos novos estoicos. Bem como nos diferentes *coaches* ligados à realização pessoal, à saúde mental e física ou, sobretudo, à gestão financeira e empresarial. Alguns administradores das páginas listadas na Tabela 1, quando não se dizem *coaches* ou mentores, possuem relações próximas, de troca e parceria com pessoas vinculadas a essas esferas. Característica essa, aliás, que merece um destaque.

É interessante perceber o quanto a ideia de mentoria está presente como parte integrante das atividades através de cursos e consultorias individuais. Na Tabela 1, vemos diferentes páginas que oferecem mentorias e consultorias vinculadas à prática da filosofia estoica. Ainda sem entrarmos no mérito analítico dessa característica, é importante demonstrar que essa disposição favorece uma noção de um mercado específico em que, ao articularem ferramentas de outras esferas como a autoajuda o *coaching* e o empreendedorismo, conseguem um espaço outro dentro desse universo. Mas, em que ponto, inserido ou não dentro de alguma dessas esferas, essas mentorias e consultorias se diferem? Elas se diferem por enfatizarem uma espécie de estilo de vida que, ao englobar várias áreas da vida, ultrapassam o sentido primordialmente unitário de sanções financeiras, econômicas, dos relacionamentos, da saúde física ou mental.

É desta forma que os novos estoicos aqui analisados atuam na relação com o ambiente digital. Aliás, isso parece também ser um aporte para a simplificação de muitos conceitos da filosofia clássica e a atualização deles para usos cotidianos e para o resgate visando a contextualização da filosofia para

questões e relações contemporâneas. Nesse esquema, há de se destacar as páginas de frases de inspiração estoica no Instagram que (re)contextualizam trechos de clássicos do estoicismo, tais como: @nicestoicismo, @estoico\_sincero, @estoicismo.filosofia. Essas páginas são, em geral, administradas por leitores, admiradores e entusiastas da filosofia estoica. Apesar de ser algo que também acontece com alguns dos livros produzidos no último decênio, que servem como manuais práticos de filosofia estoica; por outro lado, existem páginas no próprio Instagram que visam produções mais elaboradas, com cursos básicos e textos mais longos, como no caso das seguintes páginas @adriano\_oestoico, @investidor\_estoico, @sa.ataraxia etc. Nesse segundo grupo, destacam-se a presença dos *coaches* e de pessoas com alguma bagagem de estudos mais aprofundados da filosofia. Neste grupo, alguns dos produtores de conteúdo se dizem, de fato, estoicos.

### 3.4 O ESTOICISMO PELAS VIAS DO EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDORISMO PELAS VIAS DO ESTOICISMO

No início das observações em grupos de perfis sobre estoicismo, quando ainda fazíamos a transição de grupos voltados à ênfase na gestão financeira e empresarial para os grupos estoicos, em uma postagem sobre estoicismo e investimentos de um mentor de investimentos e economia no Instagram, questionamos sobre essa relação entre estoicismo e empreendedorismo, como apresentado ainda no primeiro capítulo. Ele não apenas demonstrou a relação, como também a capacidade de utilização da filosofia estoica para o campo financeiro e empresarial.

O que ele descreve é, justamente a dicotomia do controle e o equilíbrio emocional que tanto caracteriza a celebração do estoicismo enquanto uma filosofia distinta e prática. Contudo, é interessante observar que, apesar de se concretizarem em um universo à parte, a aproximação e a formatação pelo universo da gestão financeira e empresarial e o mundo do trabalho, bem como o fenômeno *coaching* e da autoajuda predominam nas intersecções desses grupos. As relações com a distribuição editorial catalogada como autoajuda e com o universo digital dizem algo sobre a forma como a filosofia estoica tem ganhado projeção em diferentes espaços. Se por um lado a autoajuda ocupa os postos de mais vendidos, com recorrentes novas edições de clássicos, sendo alguns deles escritos ainda em meados do século XX, sua concepção não literária retira desse campo editorial a seriedade com que é tratada por outros campos de vendas literárias e editoriais. Porém, ainda que não possua um campo próprio, o estoicismo pode figurar nesses dois polos: primeiramente como filosofia, portanto, tido como literatura acadêmica e vinculada aos pensadores e filósofos estoicos, bem como parte dessa literatura prescritiva que une a linguagem positiva com a filosofia clássica.

No caso dos perfis observados, não foram poucos os momentos em que assuntos relacionados às decisões voltadas ao mercado e à gestão financeira, por exemplo, vieram à tona. Isso sem contar algumas colaborações que a criadora de conteúdos, Carla, deu e recebeu de consultores, *coaches* e gestores desse universo financeiro/empresarial, como por exemplo, algumas palestras prestadas em um curso voltado para o marketing digital e a constante colaboração com uma página voltada para consultoria em finanças. Assim como a constante relação com outras categorias depreendida por *coaches*, consultores e conselheiro. Tais como saúde alimentar e física, carreira e crescimento profissional, cognição e aplicação de conhecimentos etc. O que diferencia esses universos é que o tom elaborado pelos estoicos é de cunho mais moderado, se caracterizando de precauções e prescrições, como se fosse preciso um cuidado anterior para se dedicar e/ou investir em qualquer coisa. Uma construção e um treinamento, suficientemente bem elaborados para saber lidar tanto com o sucesso quanto com os problemas e insucessos, “é preciso ser pleno emocionalmente antes de qualquer coisa” diria um dos administradores de um desses perfis.

Tais prescrições nos sugerem um tipo de ascetismo similar àquele do qual temos contato em teorias weberianas. Apesar de semelhanças entre estoicismo e cristianismo ao longo da história (como vimos anteriormente), os estoicos atuais não têm uma ligação direta com alguma estrutura religiosa. Em muitos momentos, inseridas no mercado editorial como autoajuda, as produções do atual estoicismo parecem prescrições para uma vida plena em um conjunto de contextualizações de uma filosofia antiga para uma lógica de vida caótica. Esse modelo por vezes exclui problemas sistêmicos e os reduzem somente a questões individuais (como ocorre com os princípios da filosofia estoica). Essas prescrições não possuem críticas ao capitalismo, mas suportam a noção de um mal no mundo, por exemplo. Mas como sugere o princípio da ataraxia, se não é algo controlável, não há porque se preocupar. No fim, essas práticas acabam servindo de aporte para uma apatia em relação aos problemas do sistema capitalista, ao qual a própria filosofia enquanto campo literário parece sofrer.

Assim, essas admoestações servem tanto para prescrever práticas de como se ajustar e viver bem no caos, quanto para advertir aos perigos da inserção sem medidas nele, quase nunca de forma crítica. Existe todo um conjunto de obras que visam colocar em prática o estoicismo sob essas diferentes prerrogativas. Entre indicações das páginas sobre filosofia estoica no Instagram e obras com relativo sucesso editorial, podemos citar algumas: *O Ego É Seu Inimigo: Como Dominar Seu Pior Adversário* (2017), que apresenta uma série de exemplos de pessoas que se tornaram importantes no que fazem através de seu “trabalho árduo e de seus legados” e *O Obstáculo é o Caminho* (2015), que apresenta ensinamentos estoicos para auxiliar na percepção dos problemas e na busca de motivação para os percalços da vida, ambos de Ryan Holiday; *The Daily Stoic* (2016), também de Ryan Holiday, em coautoria com Stephen Hanselman, diferente dos outros, este funciona como um

manual prático diário, oferecendo reflexões e ensinamentos diários dos filósofos estoicos de forma prática; *O Estoicismo Hoje: Sabedoria Antiga para a Vida Moderna* (2015), de Patrick Ussher, que conta com um breve estudo sobre a ética estoica e o controle das emoções; *Mais Sêneca, menos Prozac* (2015), de Clay Newman, que tenta conduzir o leitor a um guia prático para se alcançar a felicidade através da filosofia estoica de Sêneca, entre outros, sugerem fortes conotações morais e normativas para a prática e a aplicação de uma filosofia que se pretende branda e salvaguardada das penúrias do mundo. Remete-nos, em certa medida, a uma atualização daquela literatura empresarial da qual Boltanski e Chiapello (1999) nos relata: dotada de uma dimensão marcadamente moral. Mas também, uma atualização coadunada por uma dimensão que se figura, justamente, no campo da técnica, a partir do *treinamento das emoções*.

Esse treinamento é a materialização da conhecida dicotomia do controle para os estoicos. Baseada na ideia de Epicteto (2012) de que existem coisas que estão sob nosso controle e outras que fogem a ele<sup>14</sup>, essa dicotomia parece condicionar os estoicos a uma (hiper)individualização da existência. Entretanto, como veremos, os valores não são assim tão separados e, até certo ponto, a agência, mesmo que individualizada, não desconsidera a perspectiva holística. Apesar desse treinamento presumir uma perspectiva de valor individualista, que se encontra no cerne da filosofia helenística/romana, ele o faz em relação ao valor que os estoicos atribuem às coisas e às pessoas que se encontram para além de si. Vamos por partes.

Em primeiro lugar, esse treinamento se dá não mais somente pelas vias da disciplina (o que também se afigura como característica desse controle emocional), mas agora também pelas vias do desempenho. Dito de outra forma, podemos compreender essa contextualização como formas de empreender em si mesmo (Han, 2017). Assim, nem tanto ao sucesso, nem tanto ao fracasso, tudo é ponderado e passível de ser reelaborado sob uma perspectiva estoica. O sofrimento torna-se, portanto, o aguilhão para o desempenho nessa perspectiva, é preciso aprender a sofrer pelo o que realmente

---

<sup>14</sup> “Das coisas existentes, algumas são encargos nossos; outras não. São encargos nossos o juízo, o impulso, o desejo, a repulsa – em suma: tudo quanto seja ação nossa. Não são encargos nossos o corpo, as posses, a reputação, os cargos públicos – em suma: tudo quanto não seja ação nossa. [1.2] Por natureza, as coisas que são encargos nossos são livres, desobstruídas, sem entraves. As que não são encargos nossos são débeis, escravas, obstruídas, de outrem. [1.3] Lembra então que, se pensares livres as coisas escravas por natureza e tuas as de outrem, tu te farás entraves, tu te afligirás, tu te inquietarás, censurarás tanto os deuses como os homens. Mas se pensares teu unicamente o que é teu, e o que é de outrem, como o é, de outrem, ninguém jamais te constrangerá, ninguém te fará obstáculos, não censurarás ninguém, nem acusarás quem quer que seja, de modo algum agirás constrangido, ninguém te causará dano, não terás inimigos, pois não serás persuadido em relação a nada nocivo. [1.4] Então, almejando coisas de tamanha importância, lembra que é preciso que não te empenhes de modo comedido, mas que abandones completamente algumas coisas e, por ora, deixes outras para depois. Mas se quiseres aquelas coisas e também ter cargos e ser rico, talvez não obtenhas estas duas últimas, por também buscar as primeiras, e absolutamente não atingirás aquelas coisas por meio das quais unicamente resultam a liberdade e a felicidade. [1.5] Então, pratica dizer prontamente a toda representação bruta: ‘És representação e de modo algum <és> o que se afigura’. Em seguida, examina-a e testa-a com essas mesmas regras que possuis, em primeiro lugar e principalmente se é sobre coisas que são encargos nossos ou não. E caso esteja entre as coisas que não sejam encargos nossos, tem à mão que: ‘Nada é para mim’.” (Epicteto, 2012, p. 15)

importa sofrer (aquilo que está ao alcance do sujeito), não tem porque sofrer por aquilo que não está ao alcance do sujeito. Podemos chamar os novos estoicos daquilo que Byung-Chul Han proclama de “sujeitos de desempenho e produção” (Han, 2017, p. 23). Ao elaborar um novo modelo com relação ao pressuposto da sociedade disciplinar de Foucault, Han (2017) propõe que, aquilo que vigora nos dias de hoje não é mais do campo da disciplina, como proclamado por Foucault a respeito das sociedades modernas. Antes,

para elevar a produtividade, o paradigma da disciplina é substituído pelo paradigma do desempenho ou pelo esquema positivo do poder, pois a partir de um determinado nível de produtividade, a negatividade da proibição tem um efeito de bloqueio, impedindo um maior crescimento (Han, 2017, p. 25).

Poderíamos ler essa ampliação da produtividade nos dizeres estoicos a partir da dicotomia do controle em que as emoções são controladas mediante as circunstâncias. Assim como o a negatividade com efeito de bloqueio pode ser vista como a possibilidade de se deixar afetar pelas circunstâncias e sofrer com isso.

Apesar do caráter do estoicismo ser diverso, não contendo em si a indicação objetiva da agência empresarial, sua prescrição segue no sentido de fomentar pessoas aptas a esse tipo de capitalismo que, mediante reformulações e novas implicações, se disfarça em um sistema não hierarquizado. Um dos meios técnicos de concepção do trabalho para o empresário moderno é o advento do *salário por tarefa*, aumentando a produtividade e a intensidade do trabalho ao máximo, para se alargar as receitas e a intensidade do empreendimento, como já destacava Weber (2004). Porém, isso não perdurou por muito tempo<sup>15</sup>, já que novas formulações desse mesmo esquema foram surgindo e sendo ressignificadas ao longo do século XX. As principais mudanças que nos interessa aqui podem ser verificadas a partir da segunda metade do século XX, na verdade. Esquemas como o toyotismo ajudaram a formular novas operações nas formas de consumo e na formulação dos mercados. Outra característica de mudança nessas relações é a reestruturação produtiva – notavelmente alinhavada às reformas sistêmicas do toyotismo e fordismo – que se aflorou a partir da década de 1970 e se intensificou no Brasil a partir da década de 1990 (Gomes, 2011). Essas mudanças conceberam um conjunto de flexibilizações no mundo do trabalho, favorecendo novos modelos de

---

<sup>15</sup> Contudo, Weber pondera que “com o aumento das receitas e da intensidade do empreendimento, em geral costuma crescer o interesse do empresário em acelerar a colheita, é óbvio que repetidas vezes se tentou interessar os trabalhadores na elevação do rendimento de seu trabalho mediante a elevação da taxa de remuneração por tarefa, o que lhes daria em curto espaço de tempo a oportunidade de um ganho que para eles era excepcionalmente alto. Só que aí surgiram dificuldades peculiares: o aumento do pagamento por tarefa o mais das vezes não teve por resultado maior produtividade do trabalho no mesmo intervalo de tempo, mas sim menor, porque os trabalhadores respondiam aos aumentos das taxas de remuneração não com o incremento da produtividade diária, mas sim com a sua diminuição” (Weber, 2004, p. 52).

relações trabalhistas e novas concepções de produção. Em geral, uma produção acelerada e detalhadamente direcionada. Entretanto, se nos anos de 1990 esse modelo ainda estava em um estágio embrionário, agora ele se encontra completamente naturalizado, dissolvido entre as estruturas micro e macrossociais das relações e das ações sociais no mundo produtivo e no mundo do trabalho (Druck, 2011), da mesma forma com que essas mudanças aliadas ao avanço tecnológico provocam novos conflitos entre trabalho e capital promovendo novos rearranjos na intensidade do trabalho (Dal Rosso e Cardoso, 2015; Cardoso, 2013).

O esforço aqui é utilizar as noções desse mundo do trabalho como o lugar exterior, das questões e problemas que os estoicos podem avaliar como ignoráveis. Ao mesmo tempo em que, sendo este um lugar inevitável do ponto de vista pessoal, individual, corpóreo, o conflito com esse ambiente (que tanto é o ambiente digital que também se configura como o mundo do trabalho) pode ser lido pela via da tensão entre a “tranquilidade da alma (ataraxia)” e o controle de si. Além disso, é justamente nos processos de desarranjo do mundo do trabalho que surge o apego pela linguagem positiva, como ferramenta para promulgar a positividade dos corpos em contextos de degradação pelo trabalho, tanto física quanto psicologicamente falando. O que vai nos interessar a partir de agora é justamente a caracterização dessa naturalização e como que a partir dela a projeção de filosofias tais como o estoicismo aparecem como mercadoria de e para produção e de desempenho, ao mesmo tempo em que os criadores de conteúdo estoicos usam desses aportes para aplicarem os princípios da filosofia.

### 3.5 A ATARAXIA COMO PRÁTICA: DA TRANSIÇÃO PRODUTIVA À CONCEPÇÃO DO SUJEITO DO DESEMPENHO

A sugestão retirada dos estudos de Byung-Chul Han é que, no decurso da transição ocorrida a partir da segunda metade do século XX, surgiu uma nova formação categórica da relação eu-alteridade. A expressão que reinava antes, de caráter imunológico, proporcionou a existência da alteridade em uma concepção de negatividade. Com isso, segundo Han (2017), tínhamos a alteridade como categoria fundamentalmente imunológica, afastada e estabelecida pela distância. O que, em parte, representou desintegração em processos produtivos dessa alteridade. Posteriormente, a transição citada proporcionou uma série de dispositivos políticos e econômicos que promoveram, não apenas a inserção dessa alteridade (ainda que de forma precária) no mapa produtivo, como também se depreendeu daí uma certa figura da alteridade como um potencial consumível.

Produção positivada + Negação = Negação da alteridade (Disciplina)

(+ + - = -)

Mas, o que é interessante desse processo é o que vem depois. Retirando-se os aspectos da globalização, de um mundo completamente capitalizado, Han propõe que o mundo das sanções imunológicas é um mundo marcado por barreiras. Quando esse processo termina, há a movimentação de projeção e expressão de uma negação da negação. Daí, advém um tipo específico de indivíduo apto à autoviolência para se adargar de uma violência ainda maior. Assim, “o desaparecimento da alteridade significa que vivemos numa época pobre de negatividades. É bem verdade que os adoecimentos neurais do século XXI seguem, por seu turno, sua dialética, não a dialética da negatividade, mas a da positividade” (Han, 2017, p. 14). A matemática de Han, portanto, sugere que, ao negarmos as negatividades desse momento passado cujo a alteridade era o ponto de negação, elaboramos imediatamente a positividade como regra neural das relações atuais.

Negação + Negação da alteridade = Positividade (Desempenho)

(- + - = +)

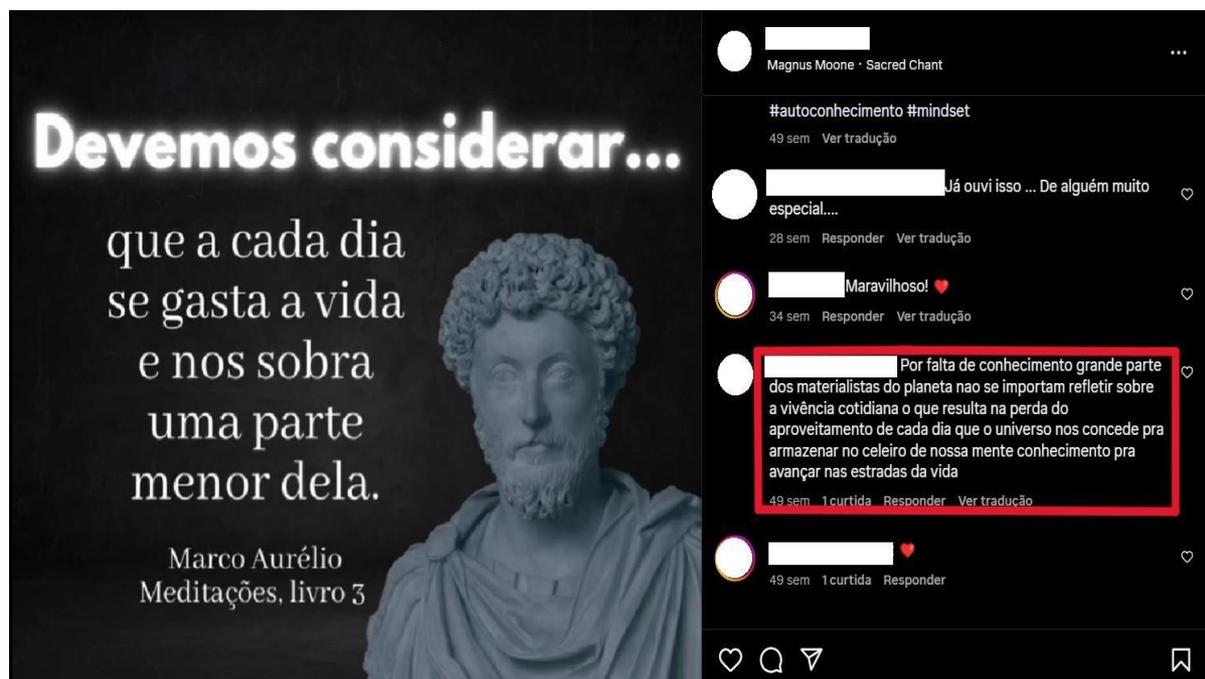
Ou seja, a positividade ou positivação, no sentido neural da palavra, é fruto da combinação de uma negativa acerca dos processos produtivos advindos dos esquemas disciplinares, sem perder de vista a disciplina, mas realocando essa disciplina e essa coerção para a produtividade ou, em outras palavras, para um desempenho maior. O que a autoajuda e as literaturas de gestão financeira e empresarial vão tomar como pontos centrais de seus discursos nesse período direcionando o foco para a ideia de uma autogestão. Portanto, nos contornos dessa ativação positiva, a agência com relação à alteridade é modificada. Da mesma forma, é modificada as sanções que estimulam tais agências. Se em uma etapa anterior a negação era o potencial que reverberou em relação a essa alteridade, nesse novo modelo a positivação é o caminho que se denota como potência a ser seguida, dessa forma, o que é externo à produtividade (a alteridade) também pode ser parte dela (a negação da alteridade). Ocorre, dessa forma, a formatação de um mundo amplamente voltado à produtividade maximizada, a positividade do poder e a busca incessante pelo desempenho em meio a um universo cooptado pela flexibilidade e pelo aumento das diferentes adversidades físicas, psicológicas e mentais provocadas pela intensidade com que se configura esses novos modelos de trabalho e relações com o mundo do trabalho (Cardoso, 2013). Sem deixar de valer-se do estágio anterior, da conduta disciplinar e das condições imunológicas, nesse novo estágio o sujeito de desempenho continua disciplinado, não

havendo rupturas severas na concepção da exterioridade e alteridade, mas a continuação da disciplina, agora sob o paradigma do controle para o aumento da produtividade (Han, 2017).

É o que acontece por exemplo, quando Carla, a criadora de conteúdos estoicos, diz: “[...] veja as coisas como elas são, e se afaste dos estragos causados pelos falsos apegos e pelos erros evitáveis”. O apreço com que ela fala em vários vídeos da necessidade de romper com preocupações demasiadas acerca de coisa que não se pode controlar (a chuva em um dia de lazer, a inveja das outras pessoas, a doença que pode chegar a qualquer momento, as dificuldades que aparecem no trabalho etc.) é a negação da negatividade para promover a positividade da produtividade e do desempenho da “vida tranquila” e da “boa vida”. Ou seja, ao identificar a alteridade e negar os aspectos negativos dessa alteridade, ela atribui preocupação somente aquilo que acredita ter controle. Isso pode sugerir uma simplificação tanto dos princípios filosóficos quanto do esforço etnográfico. Mas, ao mesmo tempo, é exatamente isso o que tanto ela, quanto os outros criadores de conteúdo e administradores de perfis estoicos buscam, a simplificação dos dogmas filosóficos para aplicação na vida dos seguidores. E essa negação promulga uma ideia de estilo de vida que é a racionalização da vida em contato com a noção de um corpo e mente que funcionam em harmonia com o cosmos, com as leis gerais da natureza. Ou seja, esse indivíduo que está sendo modulado aqui, é um indivíduo voltado ao desempenho.

Apesar do conteúdo não ser necessariamente sobre o mundo do trabalho ou das formas de produtividade que acarretam os discursos desse universo especificamente, a capacidade de ler essas proposições como prescrições para o aumento da produtividade tanto em um sentido geral quanto relacionadas ao trabalho é inevitável, o que fica claro em alguns momentos pela pelos comentários dos seguidores. Ao mesmo tempo que o apelo para refletir sobre essas questões não se dá ou não é interpretado pela crítica aos problemas advindos do mundo do trabalho, da desigualdade ou da coercitividade desmedida do sistema capitalista. Antes, ele se dá pela necessidade de refletir para se disciplinar a fim de maior ganho de desempenho na vida, em geral. Portanto, o trabalho, o capitalismo e seus ajustes e reajustes são ignoráveis, importando mais a postura do indivíduo com relação a isso. O comentário na seguinte postagem traduz essas impressões:

Figura 10 – Comentário em uma postagem do perfil “Vida Estoica”



Fonte: Instagram.

A fuga ao materialismo é condição que possibilita refletir sobre a existência. Ao negar estruturas materialistas, haverá a capacidade de pensar mais sobre a vida ao passo que o materialismo imputa refletir sobre coisas que não estão ao alcance da ação do indivíduo. Essa ideia de refletir sobre a vivência para aproveitar melhor cada dia, pode sugerir uma contradição. Mas de certo ainda está no escopo das concepções que muitos desses perfis abordam, a ideia de *carpe diem* e de *memento mori*, é preciso aproveitar enquanto se vive (ainda que o apreço ao prazer desmedido para os estoicos seja evitado) mas lembrando-se da finitude da vida.

Por outro lado, a partir da intensificação da produtividade algumas questões ficam em suspenso. Em primeiro lugar, esse mundo do trabalho, que é o mundo externo ausente de preocupações por parte dos estoicos, recebe valor extra em determinadas instâncias de ação. Ou seja, tudo o que se é possível alcançar no campo da ação se torna força motriz de trabalho<sup>16</sup>. E os próprios criadores de conteúdo são prova cabal desse esquema, uma vez que o enfoque da aplicabilidade dos preceitos estoicos só é possível mediante a existência de problemas externos e a resistência com que

<sup>16</sup> Han evoca a reflexão de Hannah Arendt sobre o processo de formação do *animal laborans*. Ao citar a autora, ele diz: “Segundo Arendt, a sociedade moderna, enquanto sociedade do trabalho, aniquila toda a possibilidade de agir, degradando o homem é um *animal laborans* – um animal trabalhador. O agir ocasiona ativamente novos processos. O homem moderno, ao contrário, estaria passivamente exposto ao processo anônimo da vida. Também o pensamento degeneraria em cálculo como função cerebral. Todas as formas de *vita activa*, tanto o produzir quanto o agir, decaí ao patamar do trabalho” (2017, p. 41).

temos por ignorá-los, não fosse isso não haveriam cursos e mentorias ensinando a prática do estoicismo. Em segundo lugar, há no modelo de agência do mundo do trabalho uma perda de estabilidade de crenças, em consequência das agitações elaboradas pelo primeiro esquema. O que provoca a sensação de vida radicalmente transitória, corroborando de certa forma, para a afirmação do estoicismo como praticável. Um estágio em que se esvai as promessas de durabilidade e de subsistência e provocam desestabilidades nas relações de flexibilidade e intensidade do trabalho (Cardoso, 2013). Em consonância com essas distribuições, a possibilidade de acúmulo de funções e tarefas se torna mais normalizada. Realçando as bases para estruturas naturalmente positivadas como o empreendedorismo e a neurolinguística por exemplo, que ganham maior espaço justamente em decorrência da necessidade de permear de sentido o esforço redobrado para lidar com as precarizações das flexibilizações e desses rearranjos no mundo do trabalho (Boltanski e Chiapello, 1999; Druck, 2011).

Nesse sentido, o escape para os estoicos é não olhar para os problemas externos de forma confrontadora, mas administrar o que se tem controle pela autorregulação, “aprender enquanto caminha”, como diz Carla em uma de suas *lives*. Novamente, a perspectiva da interiorização ou antes, a incorporação desses processos reflexivos é ponto fulcral para o autoconhecimento e para o desenvolvimento a fim de se viver bem. Como falamos anteriormente, a ideia de “aprender a sofrer para sofrer menos” é justamente a capacidade de ativar uma positividade interior para não se deixar abater pelos problemas exteriores, e é nesse processo que se encontra a projeção do desempenho ou do viver bem.

O desempenho, portanto, opera na direção de conferir sentido a esses acúmulos sem se deter necessariamente a eles como sentido de vida, ainda que, o que está posto, é que quanto mais disposto ao desempenho, menos estáveis são as diversas áreas da existência. Contudo, no conjunto das ações no grupo de perfis estoicos, é possível observar uma interligação dos fatores que Han (2017) sugere em um dado momento necessitem de uma separação.

Ele propõe um sujeito anterior, obediente, moral, separado do sujeito que hoje se reitera, o sujeito do desempenho. Entretanto, ao recebermos e analisarmos as experiências articuladas pelos estoicos, os aspectos divididos pelo filósofo parecem coadunados. Porquanto menos controle das crenças e estabilidade nos contornos das ações, mais necessário é conferir a elas um sentido, um tanto quanto, moral – ainda que essa moralidade negue sua própria existência. Han (2017) nos direciona por vias kantianas para demonstrar isso. Ele diz:

O sujeito obediente não é um sujeito do prazer, mas um sujeito do dever. Assim, também o sujeito kantiano segue um trabalho de dever, reprimindo suas ‘inclinações’. Paralelamente a isso surge também o deus kantiano, esse ser moral que tem poder sobre tudo, não apenas

como instância de castigo e de julgamento, mas também – e isso é um aspecto muito importante, que raramente é percebido – como instância de *gratificação*. É bem verdade que o sujeito moral, enquanto sujeito do dever, reprime todas as inclinações para o prazer em favor da virtude, mas o deus moral recompensa seu trabalho, exercido com dores e sofrimento, dando-lhe bem-aventurança. ‘Na proporção exata da moralidade’ se dá a ‘distribuição’ da bem-aventurança (Han, 2017, p. 82).

Por outro lado, ao retificar as características do sujeito de desempenho, ele salienta que suas premissas,

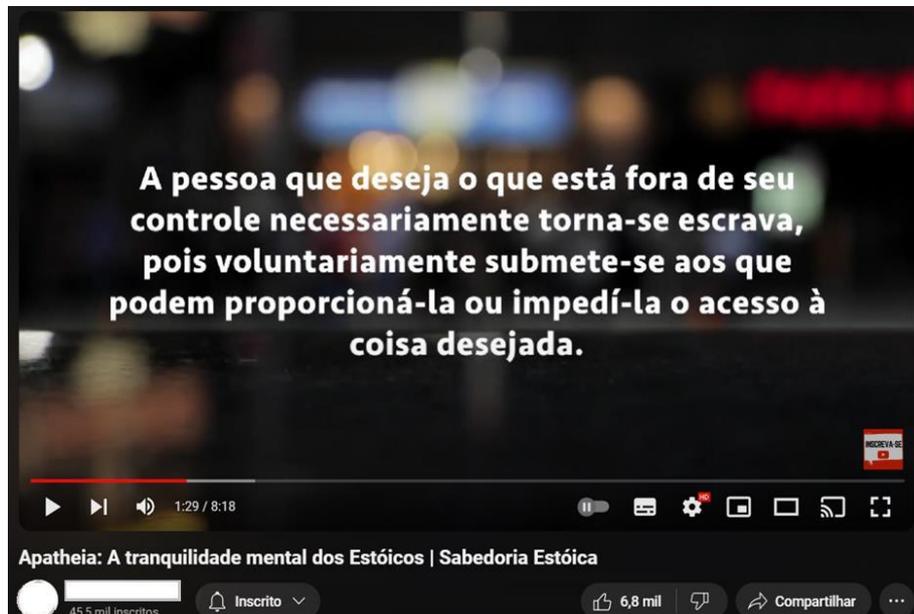
não são obediência, lei e cumprimento do dever, mas liberdade e boa vontade. Do trabalho, espera acima de tudo alcançar prazer. Tampouco se trata de seguir o chamado de um outro. Ao contrário, ele ouve a si mesmo. Deve ser um empreendedor de si mesmo. Assim, ele se desvincula da negatividade das ordens do outro. Mas essa liberdade do outro não só lhe proporciona emancipação e libertação. A dialética misteriosa da liberdade transforma essa liberdade em novas coações (Han, 2017, p. 83, grifo meu).

A descrição de Byung-Chul Han é a descrição do ideal do empreendedorismo, em que o valor das ações tende a passar menos primeiramente pelo crivo das coações desse outro (da alteridade) e passa antes pela própria avaliação, mas para a alteridade esse valor continua perceptível e é ela e somente ela quem confere valor de empreendedorismo a quem se diz empreendedor de si mesmo. Portanto, entender essas esferas como complementaridades para se entender a postura desses celebrantes do estoicismo, favorece a compreensão daquilo que afirmamos ser uma moralidade desnudada de religiosidade – que ocupa de certa forma esse lugar religioso – ou a existência de uma ascese que relaciona concretamente essa moral gratificante a uma liberdade relutante.

Esse é o princípio da apatheia, a liberdade das emoções perturbadoras e estado mental em que não se é perturbado pelas paixões e vontades. E o resultado disso é o desenvolvimento de um determinado controle das emoções de forma dicotômica, ou seja, as circunstâncias carecem de avaliação mediante as emoções que depreendem, se essas emoções são negativas é possível avaliar para saber o que pode ser ignorada (o que não está no controle do sujeito), mas é preciso também se abster de emoções altamente positivas (das quais a vontade e o prazer se sobressaem).

É exatamente assim que a dicotomia do controle é elaborada pelos estoicos, na relação dual da vontade de agir e da capacidade de intervir com sua ação a fim de se equilibrar. Porém, em sua constituição moral, o celebrante do estoicismo voltado para o controle de suas emoções, enxerga essa relação como propulsora, não mais como uma relação dicotômica. Assim, por meio da razão, se propõe uma racionalidade parcial que intersecciona a disciplina e o desempenho, ao mesmo tempo que une a moral disciplinar prescritiva com a liberdade racional da ação em uma ascese intramundana. Essa ação é o valor doado pela vontade em relação a racionalização da vida e nela, se encontra a concepção dos celebrantes do estoicismo da pessoa estoica.

Figura 11 – Trecho 1 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”



Fonte: YouTube.

Figura 12 – Trecho 2 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”



Fonte: YouTube.

Carla em certo vídeo diz: “algumas coisas nos atormentam mais do que deveriam, algumas antes do que deveriam e outras quando não deveriam nos atormentar. Os estoicos vão dizer: se você deseja realmente viver melhor, você precisa tratar como prioridade a identificação desses elementos que te atormentam antes da hora ou quando não deveriam te atormentar, e a partir disso fazer um trabalho em você mesmo, que é claro, não é do dia para noite é para vida inteira, para que não seja

mais atormentado, para que seja cada vez menos atormentado por aquilo que não precisa te atormentar” (sic).

É interessante notar que há um esforço quase religioso ao tentar compreender os problemas relativos à existência ou “aquilo que atormenta”, ao passo que é o entendimento do sofrimento atribuído por essas forças que fornece a libertação dessas coisas que atormentam. Mas essa religiosidade exclui parcialmente da ascese intramundana o papel da alteridade que, na verdade, só volta a ter valor significativo pela prática do estoicismo enquanto objeto de mentoria e empreendedorismo.

Ao passo que essa libertação é a condição para se empreender em si e, portanto, os perfis de estoicismo enaltecem o domínio das vontades. Eles não estão promulgando uma vivência prazerosa, ao mesmo tempo em que não admitem um sofrimento externo ao que eles podem controlar. Essa dicotomia é confusa do ponto de vista prático e a ascese só se dá do ponto de vista cognitivo, uma vez que ao publicarem seus estilos de vida no Instagram, de certa forma, eles evocam situações prazerosas que são convencionalmente tidas como formas de prazer ou geradoras de prazer: as viagens, os livros, a rotina de boa alimentação e treino etc. Mas a condição do que atormenta nem sempre é evocada e aparece como nos relatos de vídeos e frases ditas, em circunstâncias vagas e sem aplicação imediata. A disciplina para o que convém é dotada, em muitos casos, de uma recompensa prazerosa, o viver bem não é a recompensa do mundo do trabalho, mas é a recompensa da reflexão. E esse tipo de cuidado só é possível pelo regalo e pelo prazer de momentos que fogem ao penar do trabalho. Por outro lado, o controle dessas emoções é também o controle desse prazer, é a ideia de sentir prazer, mas não o sentir em demasia atrelada a um conjunto absorto de ação: a calma, a tranquilidade, a educação, a polidez da fala e das atitudes, a generosidade e a justiça. Embora por vezes a vagareza inquietante dessas colocações permitam generalizações, elas produzem uma capacidade de aplicação alargada ao mesmo tempo. Por outro lado, quando lemos os textos e ouvimos esses criadores de conteúdo estoicos, percebemos que há um maior pragmatismo nos textos e nas falas que usam a filosofia em relação aos textos que são de filósofos clássicos. Assim, o que Carla parece fazer aqui é deixar a frase genérica para que a interpretação seja ampliada, mas direcionar positivamente as palavras para facilitar seu sentido final.

Com isso, esse sentido ascético, como se estivéssemos ouvindo um mentor espiritual falando, fornece valor na junção do domínio das emoções vazias (que serão preenchidas pelos ouvintes, leitores e seguidores) e do desempenho dessas mesmas emoções para viver melhor, ainda que de forma genérica. Ou, em outras palavras, é no emprego da generalização combinada com a mostra das vantagens de empreender em si que o estoicismo consegue propor ações e valores como mecanismos práticos para o autoaperfeiçoamento.

### 3.6 AÇÃO E VALOR: EMPREENDEDORISMO COMO ESFERA DE VALOR

Por outro lado, no conjunto desses diferentes tipos de ação, o papel desenvolvido pelos indivíduos sobressai à posição desse indivíduo no mundo, ou seja, esse ato de construir-se moralmente para ser livre de ambições negativas constitui, notavelmente, à produção daquilo ao que Dumont (1985) relatou ser o indivíduo como valor, ou o próprio individualismo. O problema que se apresenta a partir disso, é que Dumont, como já exposto acima, compreendeu o estoicismo como uma etapa anterior à formação do individualismo. Na verdade, seu objetivo é demonstrar a origem desse valor na relação entre os campos eclesiásticos e políticos, na relação entre a igreja e o Estado, ou ainda, na relação entre um modelo de ação ascética que se concretiza *fora-do-mundo* e um ascetismo intramundano.

Mesmo afastado do conteúdo religioso propriamente dito, é impossível não se ater a comparações ao ler o desenvolvimento desses conceitos estoicos e como os celebrantes tratam a filosofia. Mas o que nos chama atenção aqui é a maneira como Dumont elabora a relação entre a transição de um *indivíduo-fora-do-mundo* para um *indivíduo-no-mundo*.

Como dito, seu campo de análise foi a religião. Mais precisamente os percursos da Reforma Protestante, o luteranismo e, sobretudo, o calvinismo. Porém, o principal condutor da transição foi a transposição da vontade divina para uma vontade individual ou,

a identificação de nossa vontade com a vontade de Deus (Descartes: o homem se tomará ‘amo e senhor da natureza’). A vontade assim aplicada ao mundo, o fim procurado, o motivo ou a mola profunda da vontade, são fatores estranhos. Por outras palavras, são extramundanos. A extramundandade está agora concentrada na vontade individual (Dumont, 1985, p. 67).

Não seria exagero afirmar, porventura, que a essência do indivíduo como valor é a transição dessa forma de vontade. Visto que, a partir desse novo modelo se é conferido às coisas do mundo um valor, até então compreendido como maculação (Dumont, 1985). Mas, além do que Dumont já havia chamado atenção, em que ponto isso se relaciona com o estoicismo no contexto em que tratamos?

É a vontade como potência essencial do indivíduo como valor que confere sentido àquilo que chamamos de um ato de empreender em si. Da mesma forma que a vontade para os reformadores protestantes e, principalmente, para os calvinistas confere valor ao mundo em Dumont, para os estoicos ela confere valor à vida e à existência em geral. É pela vontade que se consegue avançar no autoconhecimento para uma “vida equilibrada” entre a disciplina – leia-se, da própria vontade – e a relutante liberdade administrada pela razão.

Contudo, é preciso uma diferenciação entre essa categoria de vontade e aquelas às quais Dumont apresenta pela oposição referenciada a Tönnies. Isto é, a oposição entre uma vontade essencial ou espontânea e uma vontade arbitrária ou refletida. Ou uma vontade que resulta na responsabilidade e participação, e uma vontade que resulta no isolamento e subjetividade. Na verdade, a vontade a ser observada aqui é, precisamente, a junção dessa separação referenciada por Dumont (1995). Antes, é nela que se encontra o filtro das ações. Justamente, na aplicabilidade dessa vontade enquanto força motriz. De tal forma que, quando falamos em desempenho aplicado ao universo de atuação da filosofia estoica, não temos por objetivo conduzi-los a todos os pressupostos que estão vinculados nessa ativação da produção maximizada. Porquanto, é no conteúdo dessa vontade acima descrita que está a essência mais proclamada da filosofia estoica: o equilíbrio entre razão propositiva e emoção (vontade e ação). Fator presente justamente na ponderação entre a máxima do desempenho e a coação da disciplina. Mas, a questão que se sobressai, e que nos é apresentada em forma de uma aparente contradição a ser trabalhada, é saber como esse equilíbrio funciona estando em constante relação com tantos contextos que exigem categoricamente uma hiperprodutividade.

Essa aparente contradição pode se dar devido a algum tipo de convenção acerca de uma possível ruptura dos aspectos econômicos, uma separação entre a economia e a ideologia que se configura como aspecto categórico do sujeito da modernidade (Dumont, 2000; Boltanski; Chiapello, 2009). E, para ser mais preciso, tratando-se do nosso caso, poderíamos dizer que haveria uma separação entre a economia e a moral, no cerne do estoicismo. Contudo, de fato, não é exatamente isso o que a experiência estoica apresenta. Em diversos momentos, é possível perceber que a ligação com o universo econômico – apesar de sempre em pauta em *lives* das mais variadas temáticas, nos podcasts e vídeos – é notadamente tomada de precauções. Dos exemplos possíveis que poderíamos apresentar para destrinchar esse fato, há um em especial que nos chama a atenção por se tratar de um conteúdo com referências diretas: um podcast da comunidade “Vida Estoica” com a participação de um consultor financeiro chamado Rodrigo.

### 3.7 IDEIAS E VALORES: EMPREENDER EM SI PARA SE “VIVER BEM”

É de se esperar, ao menos a luz do que esses atores quase sempre falam, que alguém que trabalhe com consultoria em finanças assumira um tom ponderado, analítico e capaz de averiguar possibilidades e riscos. E foi assim que se apresentou o consultor no bate papo com Carla durante o podcast. Porém, no decorrer da conversa não foram raros os momentos em que a sugestão das atitudes no contexto das finanças avançasse para além da ponderação e se tornassem conselhos para se “viver

bem”, tomando como exemplo a própria experiência de vida de Rodrigo, o mentor/consultor financeiro, e de Carla. O episódio do podcast, chamado Podcast da “Vida Estoica” (episódio 26) começa com uma intervenção da administradora da comunidade em que ela diz que o estoicismo é uma filosofia que promove o equilíbrio, inclusive material. E, portanto, o dinheiro configura-se como elemento neutro; isto é, “não é bom, nem ruim, é preciso saber lidar com ele” segundo ela. A partir disso, uma série de aconselhamentos são apresentados. Todos eles elaborados com base nessa ideia de equilíbrio e racionalidade com relação às finanças. Ao passo que Carla comenta sobre como as ideias estoicas se encaixam nas perspectivas de cuidado com o dinheiro, com os gastos desmedidos e a falta de planejamento, chamadas por Rodrigo de “atitudes financeiras”, apresentadas até então. O consultor aproveita a oportunidade para dizer: “o dinheiro é uma valência da riqueza, a riqueza é muito maior”. Depois disso, uma série de aconselhamentos morais e éticos são traçados novamente, geralmente, evocados sob uma prerrogativa de inteligência emocional para “dominar o dinheiro e não ser dominado por ele”.

A principal questão que norteia a conversa entre os dois é a ideia de que “o controle das finanças só é possível mediante um autocontrole”. Essa ideia corrobora com a noção de autogestão da ênfase de empreender em si. Apesar de tratarem de finanças e de conselhos sobre a gestão financeira pessoal, o que está posto é o desenvolvimento de uma pessoa capaz de se autogerir e, nesse caso, a gestão do dinheiro é consequência do desenvolvimento pessoal. “O dinheiro é uma área de nossa vida que precisa ser trabalhada”, diz Rodrigo em outro ponto. Porém, ao mesmo tempo, ainda nesse diálogo, existem citações a teóricos da literatura de gestão financeira e empresarial, como por exemplo Benjamin Graham<sup>17</sup>, autor de obras que ensinam os caminhos para lucrar com investimentos no mercado financeiro.

Mas o que chama a atenção nesse diálogo é justamente a ideia de que há um valor atribuído à autogestão que, por vezes, condiciona a própria ideia de gestão financeira. Ou seja, a separação de uma condição de autodesenvolvimento engloba a gestão financeira e, nas palavras do consultor financeiro, “proporciona a gestão do dinheiro”. Essa junção de coisas do campo prático com coisas do campo hipotético fornece um aspecto distinto da categoria gestão financeira que, por vezes, aparecem em livros e nas falas de demais mentores e consultores dessa área. Enquanto esses últimos buscam o pragmatismo da gestão, na conversa depreendida entre Carla e Rodrigo, a proposta parece ser idealizar uma autogestão que preceda a gestão financeira. Assim, ao invés de separar ideia da prática, eles fazem o esforço de juntá-las, muitas vezes colocando a prática da gestão financeira como consequência da ideia de autogestão.

---

<sup>17</sup> Influente economista, formado na Universidade Columbia, autor do bestseller de gestão financeira chamado *The Intelligent Investor* (1949).

De certa forma, esse é um aspecto político no sentido da aplicação de uma moralidade na forma de agir, tanto no sentido dessa condição de autoaperfeiçoamento preceder a ação, como sendo ela mesma um determinado tipo de ideologia, ou mesmo no sentido de se concretizar em uma ação. A prática da autogestão é dotada de um certo valor por ser constantemente avaliada à luz das ideias estoicas precedentes: “[...] olhe para a tua vida e veja se tem uma área que não está legal e vá em busca de aprendizado que te ajude a melhorar aquela área [...] essa é uma regra de ouro que pode ser aplicada toda a vida, eu uso muito isso, por exemplo, com a questão de viver melhor, o aprender a viver melhor através dos ensinamentos estoicos e tantos outros”, diz Carla. Essa valoração da vida é a concretização do ato de empreender em si, o ponto em que os polos da ideia e do valor se conectam para dar forma e conteúdo ao empreendedorismo como padrão de desenvolvimento pessoal. Ou seja, os valores atribuídos à tomada de decisão são a concretização da experiência de viver o estoicismo sendo, portanto, as ideias em ação. Ao mesmo tempo em que distribui outras generalizações, ele se articula por elas para se autoafirmar enquanto categoria crivada de identidade, o “ser empreendedor de si”. Embora esses celebrantes do estoicismo não tomem para si a categoria de empreendedores, assim como também, muitas vezes, não se descrevam como *coaches* ou mentores, ou não se configurem como linguagem de autoajuda, etc., as caracterizações das representações de todo esse conjunto de conceitos estão sendo trabalhadas por eles. E, em geral, a junção de valores enquanto ideias em ação é também a junção, ou antes, a tentativa de manipular conjuntamente polos ideais e tipos de valores que são marcadamente distintos ou foram distinguidos em algum período da história dos conceitos.

Assim, diferentemente do que foi proposto por Dumont (2000) categorias como política e economia, ideia e valor, estão sendo empregadas juntas. Dumont disse que, a partir dos modernos,

produziu-se uma revolução neste ponto: o vínculo entre a riqueza imobiliária e o poder sobre os homens foi rompido, e a riqueza mobiliária adquiriu plena autonomia, não apenas em si mesma, mas como a forma superior de riqueza em geral, ao mesmo tempo em que a riqueza imobiliária torna-se uma forma inferior, menos perfeita; em resumo, assistiu-se à emergência de uma categoria autônoma e relativamente unificada da riqueza. É a partir de então que uma clara distinção pode ser feita entre o que chamamos de 'política' e o que denominamos 'econômico' (Dumont, 2000, p. 17).

É justamente nesse ponto de cisão que a forma ideal do empreendedorismo parece ganhar força. Uma vez que, como já salientamos, tratamos o empreendedorismo como parte de um pragmatismo psíquico aliado a um conjunto de diferentes regimentos políticos e econômicos. O empreendedor – ou antes, o defensor desse ideal –, nesse caso, assume o lugar da cisão entre os valores mobiliários (internos e menores, referentes à política e à cultura) e imobiliários (externos e maiores, referentes à economia e à sociedade). Ou melhor dizendo, a cisão que houve entre o valor

essencialmente econômico (voltado à gestão das finanças, do dinheiro e do que é externo) e o valor político que é parte da moralidade (as ideias como ponto de partida para a gestão, a autogestão e o empreender em si) como forma de ação.

Apesar da contradição que o próprio Dumont (2000) parece enxergar, essa divisão foi amplamente defendida no decorrer do século XX. Mas a crítica, mesmo que tardia, parece ter vindo com potenciais recobramentos desse lugar divisório, ainda que de forma indireta e sem a menor pretensão de ocupar esse lugar. O empreendedor só se entende como tal, do ponto de vista do esforço de seu trabalho, muitas das vezes precarizado, sem se reter às críticas ou à própria alienação. O defensor do empreendedorismo, conhece as críticas e aciona esse modelo de valor como forma de categorizar e fazer valer a junção dessa divisão apresentada por Dumont, como forma de simplificar as narrativas.

Obviamente que, ao referenciar essa divisão, categorizamos naturalmente o que cada uma representa. Mas, a proposta que empregamos ao olhar para o exemplo dos celebrantes do estoicismo é compreender esses aspectos em sua integralidade, assim como ocorre nessa “visão empreendedora” do autocuidado. Portanto, não é possível a distinção clara entre política e economia, entre ideias e valores. Na realidade, a dificuldade aqui é que esses aspectos estão tão imbricados que é imprescindível ao falar de algum deles separadamente não citar o outro. É um problema que atribuímos à modernidade, mas que não nos coube solucionar com as ligações, que parecem óbvias, que nos são apresentadas. Dumont (2000) chamou de ideologia esse movimento intrínseco, mas separou o sujeito da vontade de um sujeito moral, proporcionando uma nova quebra, dessa vez, de valores morais em relação a valores materiais. Por outro lado, Boltanski e Chiapello (2009) chamaram esse esquema de algo que seria uma moral “consequencialista”, definida a partir do cálculo das utilidades para propiciar garantia moral às atividades econômicas somente por serem lucrativas. Mas essa proposta, não apenas reafirma a separação de Dumont, como também alimenta uma relação hierárquica entre a moralidade e uma espécie de pragmatismo da razão. O que falta desses conceitos é justamente o ponto de junção a um aspecto da materialidade da qual Dumont fala, mas prefere compreendê-la enquanto características dos valores individuais. Em nosso caso, pelas vias do empreendedorismo, percebemos que são valores compartilhados e intrínsecos, menos individuais pela generalização com que as ideias são transmitidas e a facilidade de aplicá-las e ao mesmo tempo constituídos sob um paradigma hierárquico, como o próprio Dumont diria. Do qual, viver o estoicismo é um processo hierarquizado.

Portanto, entender o empreendedorismo enquanto definição dessas ideias e como lugar desses valores, é entender o *modus operandi* desse e de muitos outros grupos coesos no ambiente digital. Mas, como já salientamos, existe um lado nitidamente menos conceitual e mais pragmático dessa

visão que ainda queremos tratar. Não necessariamente entraremos em conflito com o que já foi dito até aqui, mas há uma complementariedade importante na essência desses esquemas de valores que nos leva agora mais ao pressuposto da materialidade desses cenários e dessa esfera. Um pressuposto também comum aos estoicos, da moralidade enquanto pressuposto corpóreo, ou de uma moralidade revelada no corpo.

### 3.8 OS VALORES DO MUNDO E O VALOR EM SI: A MORAL EM PRÁTICA

Um novo episódio do podcast se inicia. Como de costume, a saudação inicial já dita o tom das falas subsequentes: “Saudações estoicas, meus caros! Sejam todos muito bem-vindos [...] aqui eu te convido a embarcar comigo em uma jornada leve e descontraída de reflexões, conversas e ensinamentos que vão te ajudar a refletir sobre sua própria vida, vão te ajudar a pensar sobre coisas que talvez você não tenha ainda pensado e vão te ajudar também a viver melhor utilizando, na prática, alguns dos belos e valiosos ensinamentos estoicos”. O tema do episódio é “o nosso valor, segundo a sabedoria estoica” e visa abordar a ideia de que os estoicos enxergam valor diferentemente da forma como a maioria das pessoas enxergam: “[...] muitos de nós adotamos o significado de valor amplamente divulgado pela mídia e as construções sociais. E a gente acaba esquecendo de onde vem o nosso verdadeiro valor”, diz Carla ainda no início da fala.

Nesse episódio, Carla se utiliza do exemplo de uma entrevista que assistiu no YouTube entre dois antigos apresentadores de um programa matinal, dando ênfase na parte em que comentam sobre a demissão de ambos da emissora de TV em que apresentavam esse programa. Durante a entrevista há uma pergunta sobre qual a coisa mais importante que descobriram sobre eles mesmos depois que foram demitidos. Ao passo que um deles responde: “Eu descobri que no momento que você ouve que está dispensado, todas as suas qualidades, seus atributos, todas as suas capacidades profissionais e as outras, tipo o seu bom humor, a sua autoestima, alegria, determinação e eu enumero aí mais umas vinte qualidades... tudo isso perde para uma palavra: demissão [...], mas quando você vai olhando e, é pela fresta que se entra luz, aí você vai vendo ‘aqui na verdade eu só perdi o emprego’, eu não perdi essas qualidades... o bom humor, auto estima, eu continuo sendo jornalista, sou ator, sou artista, sou isso tudo. Eu só perdi o emprego. Isso tudo, este olhar para dentro, me ajudou a reerguer a minha força”. Segundo Carla, para os estoicos esse esvaziamento da percepção do próprio valor acontece porque a “visão pessoal de valor está distorcida”. Segundo ela, os valores considerados pelos estoicos em geral, são as “qualidades humanas de justiça, de retidão na ação, o comprometimento com a humanidade e o bom caráter [...], na capacidade de fazer bom uso de seus julgamentos, de cumprir o seu papel de ser humano e de se comportar de acordo a contribuir com o bem do coletivo, por

exemplo”. Ela continua: “[...] ao invés disso, o que nós somos ensinados a valorizar? O acúmulo de bens, a fama, o poder, o status, a marca importada, a ostentação, os prazeres, os cargos altos e de privilégio. Olhamos para o famoso, por exemplo, e com dinheiro, idolatramos a figura dele. A gente admira essa pessoa pelos bens que ela possui e pela capacidade dela de acumular as coisas e por arrebatador uma multidão de seguidores, mas não aquilo que essa pessoa é como indivíduo [...] qualquer pessoa que entre em nossa casa, deve admirar mais nós do que os nossos móveis [...] agora percebam como é libertador isso, saber que o seu valor depende de você, que é criado por você mesmo, independente de marca e status, poder ou dinheiro. É aí que está a beleza da vida, ela colocou nosso valor em algo que é totalmente alcançável por nós, algo que está sob nosso controle, independente de quem a gente seja, do quanto poder nós temos acesso ou da quantidade de dinheiro que temos [...]”.

Existem dois aspectos interessantes de serem percebidos nessas falas. O primeiro deles é com relação à projeção positivada desse valor como aspecto da vivência, da autoestima, da posição da pessoa em relação ao mundo. Essa característica é a essência do que chamamos de junção de valores e ideias. Os valores enquanto pressupostos da moral pessoal e a ação enquanto prática dessa moral. É impossível não notar que o tom prescritivo e aconselhador segue, por seu turno, o caminho da fácil aplicabilidade. Ao mesmo tempo, a prescrição é feita dessa vez sob pressuposto mais práticos, do ser e do ter. E aqui, essa postura mostra como a moralidade estoica presume ação que, em um determinado nível, tanto se configura como resposta a uma moralidade mundana vigente, quanto se porta como anunciadora do caráter estoico para o que é tido como valor no mundo. E, nesse sentido, essa resposta é uma negação do que é convencional, o valor a partir dos bens, do poder, da influência, o valor imobiliário por assim dizer, é substituído por um valor intrincado, subjetivo, do caráter não mobiliário, mas igualmente interiorizado. E ainda que esses constructos sejam dotados de uma religiosidade paradigmática, eles são explorados sob uma perspectiva aparentemente prática, como se esse valor e essa moralidade do valor só fossem possíveis a partir de uma prática reflexiva, uma introspecção que se afasta da moral mundana, mas que se deixa transparecer no contato com ela. E para entender isso, mais do que compreender a ponte que liga os aspectos da moral enquanto força intrincado com a prática, precisaríamos de uma particularidade, que apesar de aparentemente distante desse jogo, é o campo em que se concretizam essas ambivalências.

Talvez, nesse caso, o mais sensato seja seguir o conselho de Goldman (1996) e se utilizar da aplicabilidade de Michel Foucault, quando este apresenta uma materialidade generalizada, capaz de se manifestar, conjuntamente, nas ideias e nas coisas. Foucault (1984) diz que “os movimentos contraditórios da alma, muito mais que os próprios atos em sua efetivação, é que serão, nessas condições, a matéria da prática moral” (Foucault, 1984, p. 26). A confluência entre polaridades, entre valores que sugerem ser contraditórios, proporcionam a forma prática da moral, que pode

proporcionar os valores das ações e das vontades, se aplicarmos esse modelo à forma como os estoicos atuam. Para os estoicos, a determinação da substância ética pode se elevar a praticamente qualquer assunto, mas é no corpo que se encontra o domínio da razão, bem como esse treinamento de reflexão e o exercício dos valores e práticas estoicas. Portanto, há constantemente a tendência de se mostrar uma pessoa equilibrada pela forma de falar, de pensar e agir. E nessa racionalidade corpórea, encontra-se, novamente, a disciplina, o desempenho e os valores: “Um corpo saudável, um corpo disposto e um corpo apto são necessários para uma alma tranquila” diria o criador de conteúdo de um dos perfis sobre estoicismo ao tratar de sua rotina de musculação. Não à toa, a extensão e o desdobramento desse valor que nasce na autogestão e no controle dos impulsos da vontade e das emoções negativas que surgem da exterioridade, é a noção de vida boa ou vida tranquila.

Por outro lado, há uma segunda ênfase interessante ainda nesse trecho. Quando Carla menciona que esse valor, além de ser produto da autogestão, também pode contribuir com o bem coletivo, percebemos que apesar da descrita ascese que acompanha essas práticas do estoicismo, há uma dimensão de suas crenças que propõe se olhar a alteridade e efetivamente ser parte dela e imbuído de agência no contato com ela. Noções essas que, por vezes, tendemos a distanciar da ideia de um comportamento, genericamente, estoico. Geralmente visto como um indivíduo sóbrio, solitário e apartado da sociedade pela própria solidão que carrega em seus princípios. Contudo, não é completamente essa a aparência apresentada aqui. Essa proposição da alteridade, vinculado ao “bem comum” e ao “comprometimento com a humanidade”, sugere para nós uma outra dimensão dessa ascese, da qual a individualização presume também uma resposta à exterioridade que, como vimos, pode ser apresentada pela negação daquilo que não se pode ter controle, pela austeridade da apatheia, quanto pelo “bom caráter”, uma resposta da própria moralidade enquanto valor e ação à alteridade.

Assim, diferente do que se imagina, de um ideal (hiper)individualizante e, nesse sentido, (hiper)individualista das relações econômicas modernas (e em muitos sentidos, pós-modernas), os valores não são tão separados assim. Os estoicos, portanto, assumem a característica da dicotomia do controle – e talvez seja também, por isso, uma dicotomia –, porém, não negam a contribuição mútua, como destaca a administradora do perfil “Vida Estoica” em uma de suas cartas abertas compartilhadas no Telegram (Apêndice A<sup>18</sup>). Aliás, esse texto elaborado por ela nos remete a um quadro próximo

---

<sup>18</sup> “Prezados, é uma pena ver que muitas pessoas limitam o Estoicismo à dicotomia do controle, consideram-se Estoicas mas são incapazes de olhar para o lado. Quando digo olhar para o lado refiro-me à capacidade de percepção da existência e importância dos demais seres humanos e ação em benefício do todo. Aqueles que colocam suas vontades egoístas acima de tudo e todos e ignoram o bem comum fazem exatamente o oposto do que foi promovido pelos Estoicos. Não há Estoicismo sem a percepção e prática de que, como dito por Marco Aurélio, nascemos para a contribuição mútua. Quer saber se você realmente tem feito algum progresso na vivência da filosofia Estoica? Então preste atenção se você olha para o lado e pensa no outro apenas como objeto de benefício pessoal ou como ferramenta de comparação para aumento do seu ego, ou se, como sugerido pelos Estoicos, percebe-se como parte fundamental que opera para a contribuição do conjunto.” (Cunha, 2021, n.p.)

daquele ao qual Elias (1994) compreende a sociedade moderna. Primeiramente, como Elias (1994) destaca, a característica sumária de se pensar a relação antitética entre uma identidade-eu e uma identidade-nós, é recente. Seu primeiro exemplo parte da análise de períodos clássicos, sobretudo, o romano – período que serve de referência ao texto compartilhado pela administradora do perfil “Vida Estoica”. Elias nos indica que a noção de uma identidade-nós era mais desenvolvida para os antigos romanos. Embora uma identidade-eu fosse admitida, já que os romanos sabiam que a cada um caberia peculiaridades próprias. A identidade-nós ocupava um lugar deveras importante “na práxis social do mundo antigo, comparado ao da identidade-eu, para gerar a necessidade de qualquer conceito universal relativo à pessoa isolada como uma entidade quase-agrupal” (Elias, 1994, p. 101).

O que aparentemente ocorre com os celebrantes do estoicismo é a substituição desses valores, mas também sem, necessariamente fazer desse caráter antitético uma exclusão completa da identidade-nós. Dessa forma, a identidade-eu ganha proeminência em relação a outra. Mas, simultaneamente, nega parte dos valores da identidade-nós e reafirma a identidade nós sob os prismas dos valores da identidade-eu. Nesse caso, os princípios estoicos e os valores descritos por Carla até aqui. Para os estoicos, ainda que a moral enquanto valor e ação seja uma característica da ascese e do desenvolvimento pessoal, ela reitera também o lugar e a existência da alteridade tanto na negação de seus valores, quanto na compreensão que a própria moralidade enquanto prática, expõe valores para essa alteridade. Ao se apartar da alteridade pela negação de seus valores ou pela ausência de perturbações, eles reiteram o lugar dessa identidade-eu. Mas ao admitir que os valores que constituem a vida tranquila dessa identidade-eu, precisam servir de exemplos para a identidade-nós, eles tanto se posicionam em relação a alteridade quanto admitem a posição dela. Assim, ainda que se mantenham separadas pela diferenciação dos valores morais e práticos do estoicismo, a agência dessa pessoa estoica – mesmo que crivada de ausência de ação, pela apatheia – acontece mediante a existência da alteridade.

### 3.9 A PESSOA ESTOICA NO AMBIENTE DIGITAL E O PRODUTO DO EMPREENDEDORISMO

É perceptível que as relações, aparentemente antitéticas, dos conceitos de Norbert Elias (1994) estão aqui, de alguma forma, misturadas e relacionadas. Tal qual acontecia com os romanos segundo ele. Carla demonstra querer se valer do autodesenvolvimento para se afastar dos valores do mundo, negando os valores do mundo. Mas entende que seus padrões de valores devem também conceber a

---

existências de valores negativos do mundo e se comportar como portadora de valores estoicos perante essa alteridade, com justiça, bom caráter e comprometimento com o bem comum, negando a negatividade dos valores do mundo. Essas ponderações demonstram estar entrelaçadas por dimensões da construção da pessoa: que é capaz de entender o que está sob seu controle e de controlar suas emoções; pela dimensão da ética: de saber que há um outro e se ver parte de um conjunto desses outros, embora apartado pelos seus próprios valores; e pela dimensão da função: que possibilita operar para fruição e contribuição do conjunto (assim como visto na relação com a própria natureza, parte desse conjunto chamado de bem comum). Se Dumont falou sobre o estoicismo na origem de um indivíduo e Elias relatou a forte concepção de sociedade, ambos presentes nos fundamentos da filosofia estoica, o que nos é apresentado hoje é uma proeminente conjunção dessas categorias. O que se destaca desse modelo é que novas formas de categorias já estabelecidas tendem a se apresentar a partir daí.

Um novo modelo econômico tem capacidade de se estruturar a partir dessa disposição nós-eu como demonstra ser o objetivo traçado a partir das primeiras linhas deste trabalho. A novidade se expressa em vários momentos, sobretudo, na relação com o universo financeiro. Relação evocada a partir do equilíbrio e da neutralidade como vimos acima. Porém, a neutralidade é a chave e o slogan de um produto, convencionalmente concebido como “boas maneiras de se lidar com o mundo das finanças”. Separamos esses estoicos dos estoicos helênicos e romanos com a precaução de não fornecer uma ideia arbitrária sobre conceitos já estabelecidos. O que queremos relatar com isso é a noção de novas explorações que não têm em si a agência econômica, mas que tendem, a partir justamente dessas novas elaborações, se tornarem produtos a serem consumidos. Essa é, por assim dizer, a função do propagador do ideal empreendedor. Uma vez que é ele que,

via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar (Schumpeter, 1997, p. 76).

Tal pressuposto fomenta a ideia de que estamos de frente para duas possibilidades de se pensar o objeto de estudo. Primeiro como um produto, entendendo a filosofia estoica como parte dessas novas explorações reificadas. E, nesse caso, o estoicismo e a celebração dele deveria se dar apenas como produto de autodesenvolvimento. Contudo, o problema de adentrarmos unicamente por esse caminho é que perderíamos pontos expressivos da forma como as pessoas vivenciam a experiência proporcionada pela filosofia. É mais conveniente, portanto, compreendermos essa possibilidade como uma “semi-reificação”. Temos então um produto que é comercializado em cursos distribuídos em plataformas online e que prometem enriquecer o intelecto e a vida daqueles dispostos a pagar por ele.

Ou seja, além do autodesenvolvimento, existe uma estratégia de ação que está intrínseca na fala desses criadores de conteúdos e administradores de perfis estoicos, que é a tentativa de ensinar a filosofia, em outras palavras, educar e conduzir novas pessoas ao contato com a filosofia como produto, ou como uma postura prosélita (ainda que haja a ênfase, por parte de Carla, de dizer que não está “propondo verdades absolutas”). Nesses cursos, o que é empregado e vendido são a praticidade e a prática da filosofia. E, por conseguinte, sua funcionalidade, vai criando para ela um caráter utilitarista. Em contrapartida, há um conjunto de ideias dispostas de que ser estoico implica fazer bom uso do estoicismo – que podem ser verificadas ainda no Apêndice A. Ou seja, não basta ter apenas um controle conveniente, mas é preciso se dispor desse controle como uma ferramenta existencial que será ativada em detrimento das ações hedonistas ou egoístas, como evocado por Carla. Portanto, na mesma medida em que a experiência da/na filosofia é transmutada em atividade produtiva, ela é também evocada como significado de vida ou, como abordamos aqui, como estilo de vida.

Sendo assim, ao propor uma prática da filosofia, esses estoicos no ambiente digital criam um produto possível de ser vendido em cursos e mentorias. Um modelo de pessoa que se torna possível comercializar a partir desses estilos de vida. O papel do empreendedorismo é sugerir e espalhar as ideias como fonte primária de contato, ao mesmo tempo que serve como lugar comum desses princípios que são empregados e difundidos como princípios da pessoa estoica. Os estoicos agregam a esses valores novas propostas de intervenção material, de práxis e de moral. No encontro dessas formas de essência disciplinar e de desempenho surge uma comercialização dos estilos de vida.

### 3.10 EM BUSCA DA SABEDORIA: O CONHECIMENTO COMO VALOR E PRODUTO

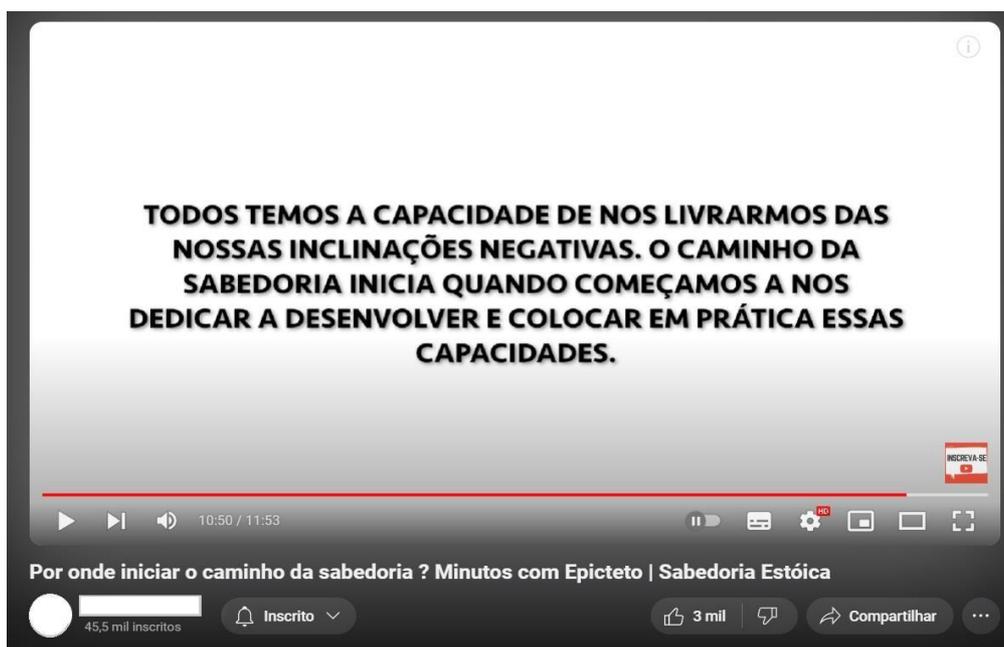
Em um vídeo com o título “Por onde iniciar o caminho da sabedoria? Minutos com Epicteto”, Carla faz uma avaliação sobre como enxergava a figura de um sábio e como, segundo ela é possível ser sábio mesmo não cumprindo os requisitos dessa figura idealizada que ela tinha. Ela diz: “Quando eu ouvia a palavra sábio, eu imaginava um homem sentado em um monte ou em algum lugar no meio da floresta, afastado. Uma pessoa inatingível, que tinha alcançado coisas que pouquíssimas pessoas poderiam alcançar. Ou seja, eu via essa figura muito distante dessa figura aqui [apontando para si], ou seja, de quem eu sou. E, pra mim a sabedoria era uma coisa que eu nunca conseguiria atingir, eu jamais conseguiria ser uma pessoa sábia. Aí, eu comecei a estudar o estoicismo, comecei a estudar outras filosofias também e outras forma de ver a vida, enfim, de ver os comportamentos humanos e eu comecei a entender que euzinha (sic), sim, com todos esses meus defeitos, também posso ser uma pessoa sábia. É óbvio que não uma pessoa como esses sábios maravilhosos que a gente ouve pela história toda da humanidade, não, pelo menos agora. Mas que eu posso começar no caminho da

sabedoria, começar a trilhar esse caminho da sabedoria e tudo começa de algum lugar. Eu tenho certeza que esses sábios também começaram de algum lugar. E uma das coisas que me incentivou muito foi quando eu comecei a ler a biografia de Gandhi, a gente ouve aquelas frases bonitas de Gandhi na televisão, nas mídias sociais e as pessoas citando Gandhi pra lá e pra cá, e a gente fala assim: 'nossa, Gandhi é um daqueles sábios, tinha uma coisa que eu jamais terei ou tenho' que é essa sabedoria, essa coisa maravilhosa dentro... E aí eu comecei a ler a biografia de Gandhi e aí eu percebi que Gandhi, em sua juventude, tinha muitas coisas que eu também tenho, coisas que não são típicas ou propícias de um sábio: medos, ego, incertezas, vaidades... E aí eu pensei: 'então, se ele tinha tudo isso e aprendeu e descobriu dentro de si coisas maravilhosas, por que comigo não?'.

Esse relato nos coloca diante de mais algumas características interessantes dos celebrantes do estoicismo. Algumas dessas características já foram identificadas e relatadas em outros contextos no decorrer do texto. Mas aqui o que se sobressai em um primeiro momento é essa concepção da sabedoria como processo, o que corrobora com a ideia de treinamento para o auto controle ou o controle das emoções. Por outro lado, reaviva tanto o caráter ascético do ideal do sábio quanto propõe um tipo de sabedoria menos introspectiva e contemplativa e mais prática, da busca e do processo para se tornar sábio. E é nesse “processo em busca da sabedoria” que queremos focar aqui.

É interessante perceber que a ideia de “treinamento da alma” é constantemente ativada em vídeos como esses ou em vídeos que têm a temática voltada à prática do estoicismo. Carla, por exemplo, sempre usa a frase de Sêneca: “Enquanto vive, continue aprendendo a viver”. E tendo em vista a difusão de cursos e mentorias, ou mesmo o uso dos perfis para vender livros, essa proposição para o treinamento da alma ou o aprendizado da vida tranquila se coloca como uma forma de mercadoria. A sabedoria é possível mediante um processo e esse processo começa pelo conhecimento, como se dá o próprio exemplo de Carla, em que as primeiras indagações vêm a partir da leitura e do estudo do estoicismo e demais filosofias. A leitura e os livros, portanto, são ferramentas e produtos desse mercado, do qual o conhecimento é mercadoria e valor, ao mesmo tempo.

Figura 13 – Trecho 3 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”



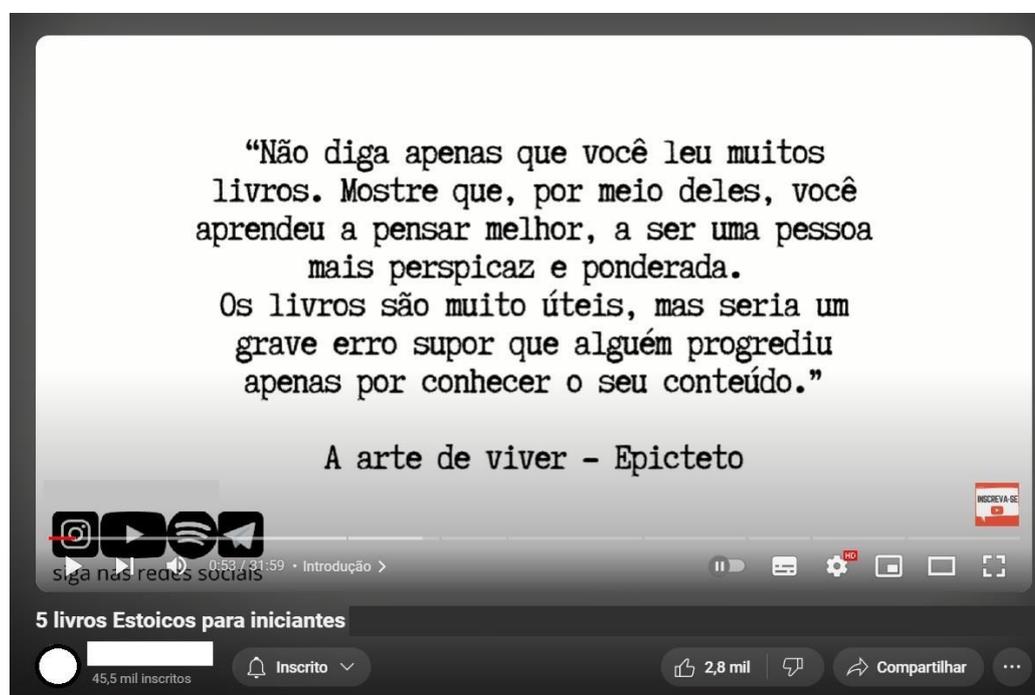
Fonte: YouTube.

Em diálogo com esse modelo e atuação econômica, uma segunda categoria conjugada pelo grupo de estoicos é uma espécie de treinamento a partir do conhecimento. Havíamos dito no início sobre o valor atribuído aos livros. Mais do que um valor em si, como objeto, os livros são, por vezes, elencados com os seguintes adjetivos: “remédio”, “curativo”, “manuais de autoconhecimento” etc. Isso pode ser explicado através de dois prismas: primeiro, por conta da aproximação já relatada aqui entre esse universo e o universo da autoajuda, sobretudo, no que diz respeito ao campo editorial, mas também promulgada pelo caráter dogmático dessa literatura, da crença na positividade; segundo, porque ler esses livros com essa perspectiva é parte da fundamentação de um mercado, a criação de um nicho de ideias e a comunicação dessas ideias, que favorecem para o estabelecimento de representações e trocas na esfera pública daquilo referido como características de uma espécie de treinamento para um novo estilo de vida. Treinamento, que se refere tanto ao universo do tratamento, da recuperação e da cura como parte de um processo de subjetivação aliado a valores universais da filosofia estoica, quanto a pressupostos da relação desse processo com a alteridade, vinda dos problemas que afligem essas pessoas e a forma como lidam com isso. E esse treinamento aplicado ao conhecimento implica em um caráter moral da aplicação da filosofia estoica, do equilíbrio da vontade, das ações e emoções, a dicotomia do controle em essência e, como visto, do processo em busca da sabedoria. Na verdade, esse treinamento presume de fato um estilo de vida, conduzindo os celebrantes do estoicismo a maneiras de como se viver bem através de mentorias personalizadas, livros e consultorias e/ou dos conteúdos compartilhados cotidianamente no ambiente digital.

Em um outro vídeo, Carla indica a leitura de cinco livros clássicos do estoicismo para iniciantes, são eles: *Cartas de um Estoico* e *Sobre a brevidade da vida*, de Sêneca; *O Manual de Epicteto* e *A Arte de Viver*, Epicteto interpretado por Sharon Lebell; e *Meditações*, por Marco Aurélio. São obras recorrentes por serem clássicas. Mas a ideia por trás dessas indicações é que os conhecimentos dessas obras, e somente ele, pode ser um começo eficaz para que uma pessoa interessada comece a desenvolver um caráter estoico. A leitura, e o conhecimento adquirido a partir dela, são essenciais para o autodesenvolvimento e a frase escolhida como introdutória do vídeo salienta que a leitura aliada a prática dos conhecimentos adquiridos por ela forma o caráter (veja a Figura 14 a seguir).

Aliado a isso, o que está sendo promulgado não é somente o processo de conhecimento, mas os produtos que fornecem esse conhecimento. Nesse mesmo vídeo, ao fim da apresentação dos cinco livros, ela indica que os interessados podem acessar para comprar cada um desses livros pelos links disponibilizados por ela, que direcionam para as respectivas páginas de venda deles dentro do site da Amazon. E no vídeo ela fala: “Para ajudar o canal, utilizem os links que eu vou deixar para vocês [...] vocês geralmente recebem um desconto”.

Figura 14 – Trecho 4 de vídeo no canal de YouTube “Vida Estoica”



Fonte: YouTube.

Ainda que o foco do canal, do vídeo, desse e de outros perfis seja a propagação da filosofia estoica, a venda de produtos acompanha-os, por seu turno, como indissociável e a utilização de alguns

desses produtos, por vezes, faz com que a experiência de viver o estoicismo possa ser propaganda para futuros iniciados na prática da filosofia. Portanto, novamente, a celebração da filosofia estoica funciona enquanto prática dos princípios estoicos e enquanto difusão da filosofia como mercado em que a mercadoria é a própria filosofia em um primeiro momento e também pode vir a ser o estilo de vida que nasce da prática dela. Desta forma, o empreendimento do estoicismo possui uma via de mão dupla que é conduzida, tanto pela divisão dos perfis (entre os que focam na disseminação e apresentação da filosofia estoica e os que focam no oferecimento de mentorias e cursos), quanto pela concepção do desenvolvimento da pessoa estoica, por tudo aquilo que engloba seu estilo de vida.

Poderíamos explorar outros caminhos para conseguir desvendar essas concepções. Seria seguro conferir um padrão analítico já estabelecido capaz de denotar as potencialidades gerais em concepções aproximadas e, por conseguinte, em valências menores: o tipo ideal weberiano (Weber, 2004) por exemplo. Poderíamos relatar que estamos diante de uma formação de um sujeito que se configura como modelo analítico para uma concepção atualizada do empreendedor schumpeteriano. O que, de fato, faria algum sentido já que tanto a economia de Schumpeter quanto a teoria da ação de Weber partem do pressuposto metodológico do indivíduo como unidade basilar de análise. Portanto, esse empreendedor surgiria como um tipo ideal, mental e moralmente construído (Martes, 2010). Assim, poderíamos considerar o sujeito desse estoicismo no ambiente digital como um modelo analítico de novas relações políticas e econômicas. Porém, perderíamos de vista a proposta essencial da observação que é entender como os novos estoicos concebem e constroem uma noção de pessoa, que até aqui tem se mostrado relativamente nova, entretanto, abarcada de conjunções que tendemos a analisar separadamente.

Portanto, o processo metodológico do tipo ideal nos limitaria a apenas conteúdo desses mesmos pressupostos políticos e econômicos que Weber utiliza, baseados em um plano analítico da ação (Weber, 1999; Weber, 2004; Weber, 2010). Mas, nessa altura, nossa intenção ultrapassa o campo da ação, pois compreendemos que as conjunções até aqui apresentadas estão tanto no plano das ações quanto no plano das representações. Logo, é preciso ponderar sobre esses mecanismos para além de sua valência no campo das ações individuais. Além do mais, se tomássemos esse caminho, correríamos o risco de perder de vista parte das análises que nos impulsionou até aqui, como os estudos de Dumont e seu holismo e a crítica à antítese indivíduo/sociedade de Elias. Entretanto, esse parêntese só existe porque ele nos será útil para compreender que tanto Weber quanto Schumpeter, nos apresentam meandros importantes para desenvolver e compreender essas junções de esferas e características que denotam da construção e da representação da ética estoica sob a determinação econômica e política.

Contudo, mais do que um modelo, um tipo ideal, ao relacionarmos ação e representação; economia e política; valor e mercadoria; conhecimento e prática; consumo e emoção; queremos apresentar esse sujeito como uma espécie de sujeito capaz de absorver ou ser absorvido e de ficar alheado ao mesmo tempo em que se demonstra diligente e prevenido; abstrai ao mesmo tempo em que pode acatar determinadas coisas ou situações. Esse sujeito tem a capacidade de amalgamar potencialidades distintas que convencionalmente compreendemos como dicotômicas, assim como consegue se dispor simultaneamente de modelos contrários de valor, capaz de incorporar e desvincular valor. A essa concepção do estoicismo no ambiente digital chamamos de estilo de vida. Pois, a partir dela, é possível conceber um elo entre a posição social e a prática social, ao mesmo tempo em que elabora um potencial performático que se configura na busca e no desempenho para se viver bem, ele também atua na função de propagar esse estilo de vida como valor para atribuir à filosofia estoica um caráter estruturalmente prático e vendável em diferentes níveis. Portanto, a pessoa estoica do ambiente digital é constituída pelo valor desse estilo de vida. Valor esse que agrega todas as potencialidades do desempenho e da disciplina.

## 4 OS ESTILOS DE VIDA E O MERCADO DAS EMOÇÕES

### 4.1 “RACIONALIZAR AS COISAS”: A DISCIPLINA E O CONTROLE DAS EMOÇÕES

Percebemos, até aqui, que toda a gestão da noção de pessoa pelos novos estoicos passa por uma espécie de ênfase em um determinado pragmatismo das emoções. Ou melhor dizendo, para se chegar a uma condição plena de si (plenitude da pessoa ou do indivíduo), é preciso um controle das emoções. Esse controle, mais do que uma simples autorregulação, demonstra uma qualidade de duplicidade de valor de cada emoção, de como elas devem ser empreendidas ou não, em determinadas situações. O que cria uma correlação entre os valores do empreendedorismo e do individualismo, elaborados no capítulo anterior.

Para compreendermos essa ideia de duplicidade nesse estilo de vida, que hora sugere complementariedade e hora expõe contradições entre posição e prática social, é preciso em primeiro lugar diferenciá-lo da síntese. Visto que uma síntese nesse momento pode, ao reunir diversas características de um determinado elemento, diminuir a precisão de certos conceitos. E nossa intenção não é aqui apresentar uma facilitação ou um entendimento sucinto do estilo de vida desses estoicos; antes, queremos obter uma noção expansiva dentro dos limites impostos: o estoicismo enquanto uma forma de empreendedorismo e a noção de pessoa estoica. Por isso, seguimos a sugestão de Elias (1994) e entendemos que a síntese pode ser um aspecto refletido posteriormente, inclusive como consequência natural da ideia de estilo de vida. Na verdade, é precisamente aí que queremos nos encontrar, no processo para uma síntese, mas sem perder de vista o processo em si que advém da distinção. É nele que teremos respostas, para posteriormente, fazermos uma síntese.

Dito isso, todas as nuances exploradas até aqui precisam agora ser compreendidas à luz desta categoria. É previamente fácil estruturar oposições e compreendê-las pelas formas ensimesmadas que elas possuem. A separação parece ser o caminho mais fácil e, por assim dizer, mais aplicado em relação a conteúdos díspares. Mas no nosso caso observado, as separações e as fronteiras que evocam muitas das vezes ambivalências, não são tão tácitas quanto sugerem proposições relacionadas a pressupostos modernos. Mas também não se expressam sob fissuras e instabilidades como sugerem os pressupostos pós-modernos. Na realidade, elas são articuladas conjuntamente, quase como complementariedades, solidificando umas as outras. Com a diferença de serem agora mais especializadas e, em alguns casos, hiper especializadas.

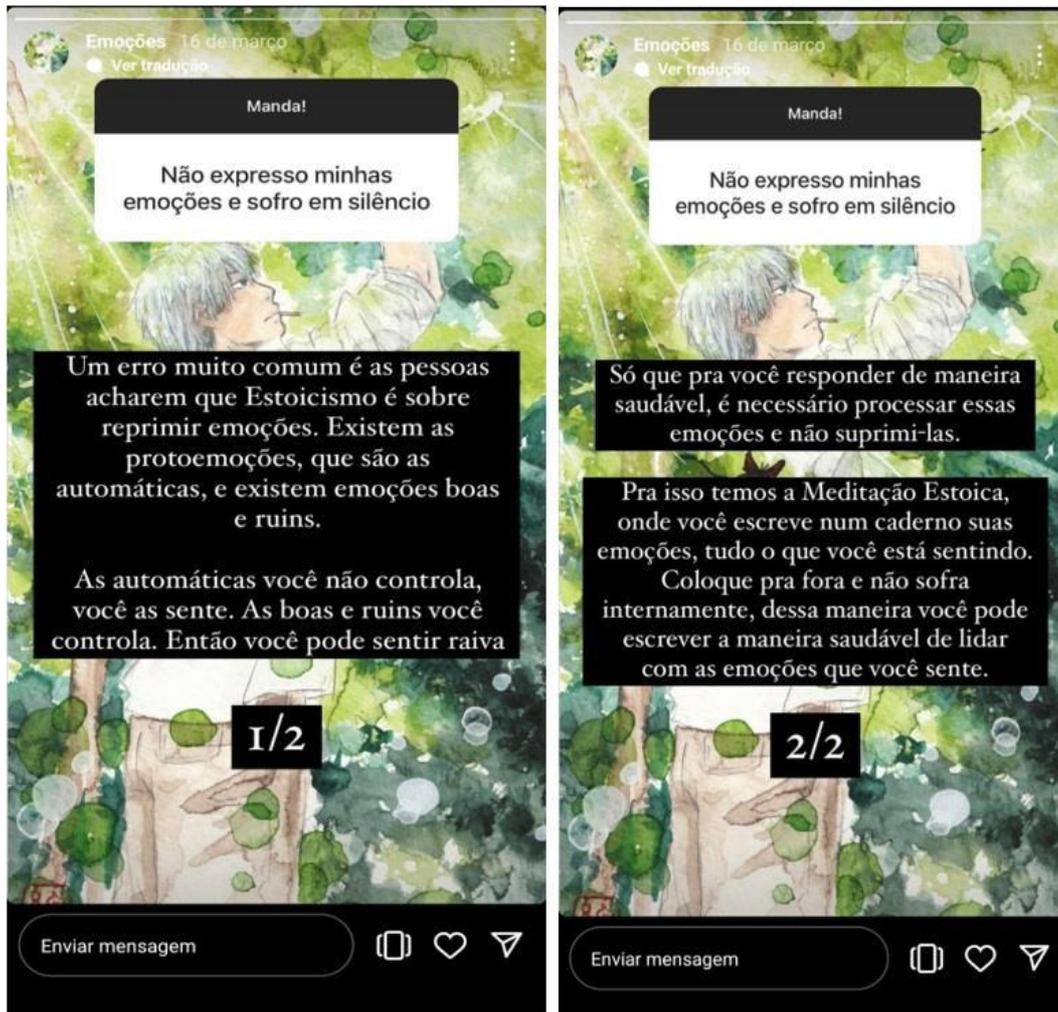
É assim que se constitui o modelo explicativo da pessoa através de seu estilo de vida de celebração do estoicismo no ambiente digital, formulando sua ação a partir da disciplina advinda da filosofia clássica e do desempenho na prática da filosofia atrelada ao universo do empreendedorismo

no ambiente digital. O controle das emoções nesse caso é a possibilidade de controlar o corpo através da capacidade de controlar os impulsos considerados irracionais, aliados ao poder da racionalidade que é evocado pelo conhecimento. Uma vez disposto a esse controle, temos o desenvolvimento de modelo de práxis voltada ao desempenho, um estilo de vida que realça o esforço de se viver bem. Além disso, realça a compatibilidade ou, antes, o intento de uma compatibilidade de um sujeito ideal do ponto de vista epistêmico em relação a uma realidade cognitiva própria do ambiente digital, pensada justamente sob a égide de perfis ideais.

O controle das emoções para esses celebrantes do estoicismo é parte das ideias de ataraxia e apatheia. Uma consequência da capacidade de avaliar uma situação, um problema ou qualquer tipo de valor e ação externa e da alteridade e ser suficientemente capaz de saber o que está ou não ao seu controle. Aquilo que não está ao alcance de ser controlado é passível de ser ignorado, portanto, essa ataraxia é a ausência de preocupações. E mais importante que isso para os estoicos, é a capacidade de, a partir dessa avaliação da alteridade e fazendo uso da racionalidade, controlar emoções negativas ou extravagantes. Essa é a característica da apatheia, que significa literalmente “ausência de paixões” e também pode ser lida como um estado de ausência de perturbações emocionais, de equilíbrio e de sobriedade. Embora esse controle não seja uma repreensão das emoções ditas automáticas (ou protoemoções, como referido por um celebrante), como visto na figura abaixo, há um treinamento para que possam aprender a lidar com as emoções que são capazes de controlar. Mas, o que são as emoções automáticas e de que tipo são as emoções controláveis?

Ao o que se sugere, emoções automáticas são os impulsos e os pensamentos que partem desses impulsos ao se deparar com uma situação, circunstância ou problema de forma repentina. É o primeiro impulso ou pensamento que vem, fruto de uma resposta a essas exterioridades. E pelo o que nos indica o *story* seguinte, podem ser boas ou ruins. Por outro lado, as emoções controláveis são aquelas que são possíveis de serem trabalhadas constantemente, em sua generalidade, com possibilidade de serem racionalizadas e controladas pelo sujeito.

Figura 15 – Stories destacados do perfil “Dias Estoicos”



Fonte: Instagram.

Um exemplo disso é quando esse mesmo criador de conteúdo que responde a caixa de pergunta no story do Instagram, se utilizando de um artigo que fala como o ex jogador de futebol americano, Tom Brady, usava a raiva para imaginar adversários e, segundo ele, se motivar mais antes de uma partida. O celebrante do estoicismo responde: “O argumento é que a raiva é algo natural que você pode fazer bom uso dela. Só que do ponto de vista dos estoicos, isso não faz sentido algum. Inclusive Sêneca escreveu um livro todo sobre esse sentimento. Se, por um lado, nós temos que realmente a raiva é um sentimento natural, por outro nós temos a nossa necessidade e a nossa capacidade de racionalizar essa raiva. Dizer que a raiva é útil porque te deixa mais pronto para lutar é tão absurdo quanto dizer que a bebida é boa porque te deixar mais audacioso ou então que a loucura também é útil porque pode te deixar mais forte. Não caia nesse papo furado que a raiva é algo bom. Nunca é. Você é uma pessoa com capacidade de racionalizar as coisas. Procure o lado racional para canalizar as coisas e seja estoico”.

A raiva, é um tipo de emoção que pode ser controlada. As emoções que devem ser controladas, portanto, são aquelas que são enxergadas como negativas ou que, por serem demasiadamente voltadas ao prazer, gerem riscos à saúde, à vida tranquila e ao que eles estão chamando de maneira racional de se viver. Essa racionalização pressupõe não a ausência da sensação, mas a ausência da transmissão dessa sensação. O treinamento para o autodesenvolvimento é um treinamento para o desempenho do celebrante do estoicismo quando este tiver que lidar com determinada situação em que necessitará dar uma resposta emocional espontânea ou não. O apelo é que essa resposta seja uma resposta racionalizada, ao menos à luz daquilo que divulgamos. E, nesse sentido, presumimos que a racionalização das emoções é a forma de controle que tentam transparecer em seus vídeos, fotos e falas. A sobriedade que relatamos e o tom ponderado da fala são a forma como esses corpos transmitem a ideia de “pessoa estoica”. O apelo final da análise do criador de conteúdo salienta isso perfeitamente ao dizer: “seja estoico”. A condição aqui do ser estoico é a condição da pessoa. Portanto, a pessoa estoica já existe nessa forma ideal da racionalização das emoções e do corpo. E isso só é possível por meio do treinamento, do processo de conhecer e praticar a filosofia, que se dá através da disciplina dos usos dos ensinamentos estoicos.

Esse tipo de racionalização parece também conferir uma postura que combina a austeridade do controle das emoções com a capacidade de fazer desse rigor uma forma de objetivo e, por fim, um motivo de prazer, ainda circunscrito pela própria disciplina. Em um vídeo chamado “o poder da disciplina para os estoicos”, Carla diz “Para muitos a disciplina é prisão. Para os estoicos a disciplina é liberdade”. Essa postura salienta que a disciplina como parte do processo de racionalização das emoções, é capaz de ajudar no desenvolvimento pessoal. Como Carla comenta: “Tendemos a acreditar que a disciplina é necessária apenas no trabalho, no esporte, nos estudos ou nos cuidados com o corpo. Apesar de ser extremamente importante em tais áreas, a disciplina é também fundamental para o desenvolvimento interior de uma pessoa [...]. Ao ler as obras estoicas é evidente o quanto a disciplina é fundamental para o crescimento de um homem. Para os estoicos a disciplina é fundamental para o corpo físico, mental e emocional. Sem ela, não se é possível chegar aos lugares desejados.”. É através da disciplina que se desenvolve a pessoa. E a própria disciplina enquanto dimensão do processo de racionalização é um sinônimo da pessoa estoica, como vimos no capítulo anterior.

Essa potencialidade, aliada ao lugar onde são empreendidas as ideias, ou seja, o ambiente digital, promulgam o caráter de empreendedorismo da construção da pessoa estoica. Muito mais do que o desenvolvimento pessoal, o que está sendo narrado é a capacidade de fazer desse desenvolvimento um lugar de valor quase material. A disciplina enquanto forma de liberdade é o

desempenho em sua forma maximizada. Da mesma forma que o controle das emoções controláveis é a essência mais pura de uma autoviolência ou, em outras palavras, da disciplina.

É através desses esquemas que propomos que essa celebração do estoicismo no uso e no contato com o ambiente digital, reelabora um determinado ideal empreendedor que, como já vimos tanto se apropria do caráter prescritivo da filosofia estoica, quanto faz dessas prescrições uma forma de propagação de seus estilos de vida. Essa combinação é formulada justamente nas noções de disciplina, que diferentemente de outras linguagens que abordam diretamente as ideias do empreendedorismo, é a constituição prática da pessoa estoica e não apenas condição para o sucesso. Dessa forma, essas dimensões acerca das emoções e a disciplina estoica, são forma de valoração da vida e dos estilos de vida dos estoicos, porque são elas que concentram em si aquilo que são os estoicos no ambiente digital.

A partir disso, podemos dizer que, os estoicos no ambiente digital constituem parte de uma espécie de “mercado”, uma vez que, como já dito, é possível doar a qualquer coisa valor de mercadoria comercializável no ambiente digital. No caso dos estoicos, temos a proliferação de cursos e mentorias, que tornam os perfis no Instagram uma ferramenta de divulgação dos mesmos. Mas se o intuito desses estoicos é apresentar uma pessoa emocionalmente equilibrada, racionalizando as emoções, o produto primário dessa celebração e, conseqüentemente, de sua participação no ambiente digital, pode ser lido através desse lugar demarcado do controle das emoções, como um mercado das emoções ou uma espécie de *economia das emoções*. Uma força de cooptação das sutilezas corporificadas das emoções por meio da tendência cada vez mais pungente de concepção do ambiente digital como lugar de trabalho, de compra e venda, de produção e reprodução de propagandas e ocupado por novas e demarcadas forças do marketing e do consumo.

Além disso, uma economia das emoções, sugere o potencial das ações desses indivíduos que partilham de seus estilos de vida como forma de propagação de um ideal disciplinador como é o caso dos perfis de estoicos, tanto no nível das emoções, propriamente dito, como no nível das relações. As emoções funcionam como fluxo produtivo em detrimento das situações que são experimentadas. Já as relações funcionam como campo de aplicação dessa economia disciplinada sob um pressuposto representativo. Ou seja, são ao mesmo tempo produtoras da posição social e produtos das práticas e dos estilos de vida e, conseqüentemente, no caso dos estoicos, parâmetro para a ênfase da construção da pessoa estoica. Uma economia, portanto, que não limita o postulado filosófico a apenas conjugações específicas, de cunho moral ou ascético, como ocorreria se houvesse apenas um resgate acadêmico, histórico ou mesmo filosófico do estoicismo. Antes, se articulam nas banalidades, no cotidiano, na vivência e na celebração como fonte de um estilo de vida, de forma prática.

Assim como, de fato, imaginamos e detectamos a perspectiva econômica, irrestritamente presente no cotidiano (Dumont, 1985), mas sem perder de vista que ela não está deslocada de outros signos. Dumont (1985), concordando com Marcel Mauss, diria que o caminho natural do avanço moderno é que todas as coisas sigam para se tornar parte de alguma forma de economia. Nesse caso, o ambiente digital e a maioria de seus partícipes estão envoltos em uma sanção de trocas simbolicamente econômicas e particularmente emocionais. De tal forma que, quando realçada essa perspectiva podemos perceber sob diferentes meandros o potencial de agrupamento de algumas características que favorecem uma espécie de criação de nichos mercadológicos dos mais variadas assuntos, atividades ou campos, vinculados à emoção. É o que ocorre com o fenômeno *coaching* na ligação com o ambiente digital, mas também com todas as formas de mentorias e de conteúdos pagos ou não, voltados para as teorias neurolinguísticas que encontram no ambiente digital um meio de apresentação de seus portfólios, como modalidade de distribuição de produtos e de propagandas.

No que diz respeito à reificação sempre constante e os novos modelos reprodutivos, essa afirmativa parece ter razão. Contudo, é possível compreender esse processo como uma hibridização que prossegue em um caminho comum que nunca fora destacado de outros. E, na melhor das hipóteses, como destacado por Dumont (1985), se tudo caminha rumo a uma conjunção econômica de todas as coisas, ela não é a exclusão de tudo pela generalização, apenas a aplicação de uma entidade ou de uma esfera do social sobre a outra, sem se opor, sem se dividir por completo, apenas coexistindo sob o pressuposto de qual deverá ser utilizada em determinado momento ou em determinado contexto político-histórico-social. Temos, portanto, que uma economia das emoções emula significados que se relacionam diretamente com as mais variadas perspectivas da vida humana. E que, no caso analisado, é projetada para ser uma espécie de força motriz, de cooptação dos aspectos filosóficos para a celebração e a construção de um estilo de vida específico. Ou seja, é por essa estrutura quase econômica que essa pessoa estoica concebe, analisa, compreende e aplica sua vontade e sua ação, doando e retirando valor da alteridade. Esse é o valor relacional da economia das emoções. É a contextualização aplicada da dicotomia do controle, que se estabelece em contato com novas formas de valor, com novas perspectivas de relações, por assim dizer, intramundanas. A racionalidade das ações, portanto, é a realização mais sutil de uma economia das emoções.

Esse modelo é possibilitado pelas formatações das interações sociais no ambiente digital. Ou, para ser mais preciso, uma economia de troca, de estímulos e respostas, que se caracteriza mediante as padronizações de cada rede social, de cada ambiente de interações diferentes no ambiente digital. No caso do emprego desse modelo de troca nas páginas estoicas, podemos chamá-lo de uma forma de valor, algo que confere credibilidade e averigua a atuação e a existência desses grupos no ambiente digital por parte dos partícipes dessas comunidades. Ao mesmo tempo em que confere respaldo (ou,

igualmente, valor) aos conteúdos que são compartilhados por eles, baseados no desempenho para se alcançar uma “boa vida”. Conceber o substrato dos perfis estoicos nesse contexto nos possibilitou observar de perto o recorte que os próprios estoicos dão para as emoções na construção da pessoa estoica e, simultaneamente, observar a majoritária tomada do ambiente digital por parte do universo do consumo e como isso proporciona a esse ambiente – no nosso caso, o Instagram, mas podendo se estender para outras redes sociais –, se transformar em um ambiente de compartilhamento de estilos de vida a partir da concepção econômica das emoções.

Quando falamos de uma reificação a partir das experiências dos perfis de estoicos no Instagram, entendemos que, ao aderirem a lógica da venda ou, antes, da propaganda de um estilo de vida, esses sujeitos reificam as emoções como parte desse grande produto propagado como um estilo de vida. Ao realizarem esse movimento, se alocam em um nicho de mercado digital vinculado à venda de técnicas e conhecimentos através de cursos online, ao consumo de mentorias emocionais e relacionais, ao *coaching* e todos os nichos que sugerem a venda de cursos ligados a esfera do desenvolvimento pessoal. Resumidamente, a partir dessas formas de criação de mercadorias, o que está sendo concebida como produto são as emoções ou o controle delas. Portanto, para alguns perfis estoicos a dicotomia do controle e o controle das emoções se tornam uma forma de inserção nesse mercado já demarcado pela exploração em larga escala das generalidades de assuntos e características massificadas (macroestruturais) e capaz, agora, de emular as reações dos indivíduos e nelas conceber a proporcionalidade dos impactos e do controle como forma de produto (microestrutural).

Portanto, seguindo a sugestão de Rosaldo (2019), entendemos esse ponto de partida das estruturas microestruturais da economia das emoções como a conceituação dada por ela acerca do que são as emoções. Ela nos propõe caracterizar as emoções como pensamentos corporificados a partir de expressões, trejeitos, pulsações etc. (Rosaldo, 2019; Rezende e Coelho, 2010). Assim, ao entendermos essa condição como sendo o menor fragmento possível de se captar as emoções, temos um ponto de partida microestrutural. Por outro lado, a forma como se é trabalhada essas sanções corpóreas no ambiente digital, caracterizado pelas diversificadas formas de publicidade, é a característica mais macro dessa condição. Uma vez que, ao trabalhar com as sensações e perspectivas, essas formas de interação proporcionam verdadeiras trocas de valores a partir das emoções.

## 4.2 PROMOVENDO O ESTILO DE VIDA

Em um determinado momento de nossa etnografia, Carla ficou alguns meses sem postar novos vídeos no YouTube e também diminuiu consideravelmente o número de postagens no Instagram, se concentrando em postar apenas imagens com frases e conselhos estoicos. Após esse período, ela

compartilhou um vídeo dizendo sobre o porquê havia parado de postar. Nesse vídeo, ela diz: “Eu me percebi num modo de execução automática. Eu percebi que já não estava mais no comando, mas sendo levada. Fazendo uma coisa, com a cabeça em outra. Eu vivia me dizendo 'corre, leia mais, estude mais, grave mais, limpe mais, organize mais, corra mais, tem mais pra fazer'. Até as minhas caminhadas pela natureza foram usurpadas por uma voz que vivia me dizendo 'tem mais pra fazer, você não deveria estar aqui agora, mas produzindo mais, fazendo mais'. Então, galera, eu parei. Parei para me reconectar comigo mesma, parei para me dizer: 'você não pode fazer tudo e também não quer'. Parei e foquei apenas nas coisas que naquele momento precisavam cem por cento da minha atenção e sacrifiquei outras em benefício da minha conexão comigo mesmo”.

Esse aspecto denota para nós um caráter de disciplina e de desempenho diferente do que se possa imaginar relacionado aos estilos de vida de pessoas que se encarregam do modelo ideal do empreendedorismo ou mesmo, em alguns sentidos, das concepções da linguagem positiva da autoajuda. Isso porque, embora repensado, o domínio das emoções está apresentado nessa fala sob os pressupostos da capacidade de fazer muitas tarefas e, ao mesmo tempo, sobre a capacidade de parar essas muitas tarefas e retomar uma “conexão consigo”. Diferentemente do que se possa imaginar, essa forma de mediação econômica das emoções, não presume somente o controle para o desempenho, mas é também o controle da disciplina em si. Como já mencionamos em nosso texto, os estoicos nos proporcionam olhar para essa condição e entender que a maneira que compreendem uma vida boa, a Eudaimonia, e a dicotomia do controle e suas características são exatamente uma forma de economia das emoções em seu formato microestrutural, ao tentar lidar de forma prescritiva, racional e cautelosa com quaisquer circunstâncias que possam ser encaradas como adversas ou demasiadamente positivas. Uma economia microestrutural, ligada ao estilo de vida, que se torna um produto a ser compartilhado para que outras pessoas alcancem também esse estilo de vida através dela. É precisamente nesse ponto em que as ressonâncias de uma economia são praticadas e estabelecidas.

Além disso, o relato de Carla fornece para nós uma visão de como a aplicabilidade da filosofia acontece na prática. E o quanto essa prática possui de características de testemunho, da capacidade de realmente se praticar o que conhece e fazer disso uma prova também do desempenho dos ensinamentos filosóficos, até mesmo quando estes rompem com a lógica voraz do empreendedorismo do ambiente digital. O caráter absorto e enlevado que é proposto pela filosofia estoica parece produzir estilos de vida que conseguem, ao trabalharem a ideia do que está ou não sob seu controle, expressar um modelo de sujeitos capazes de administrar as emoções.

Simultaneamente, essa prescrição de qualidade moral sugere uma experiência de quase conversão e suas narrativas são como testemunhos de fé ou, nesse caso especificamente, testemunhos

da racionalização da vida pela dicotomia do controle. Bispo (2018) nos relata algo parecido ao analisar as comunicações evangélicas de massa e seus interlocutores. Segundo ele, essas prerrogativas da conversão religiosa criam uma espécie de dever do sujeito que agora convertido, precisa levar adiante seu testemunho para que outras pessoas possam se converter também. As mídias de massa nesse caso têm papel fundamental para proporcionar um nível de comoção e engajamento capaz de mobilizar grandes números de pessoas. No caso do ambiente digital, o testemunho funciona como validação da prática, a exemplificação dos conceitos estoicos. No testemunho há também uma fonte inesgotável de aplicações que o transforma em uma espécie de produto. Podendo se transformar em livros, vídeos, palestras, ministrações e pregações que são remuneradas etc (Marques, 2013).

Não obstante as diferenças entre um testemunho de fé religioso e um testemunho de um celebrante do estoicismo, o poder conferido ao terreno da experiência é similar. Entretanto, se o testemunho de fé possui na centralidade da fé, de Deus ou do arrependimento suas principais características, o testemunho estoico se concentra na ideia da saciedade do conhecimento, na racionalização do corpo e da vida e na transformação para se tornar um sujeito enlevado, prevenido e emocionalmente controlado. O que acontece na prática prescritiva da filosofia e produz um modelo de pessoa caracterizado pela absorção da racionalidade corpórea. Mas que, da mesma forma, proporciona a esses estoicos produzirem e desempenharem seus vídeos, livros, palestras e mentorias pagas e uma série de conselhos para novos interessados. Se o testemunho evangélico é a forma de se compartilhar convicção, o testemunho estoico é a maneira pela qual se propaga parte do estilo de vida. A figura a seguir ilustra bem essa disposição, ao promover um curso sobre estoicismo e da prática do estoicismo a partir de um testemunho pessoal.

Figura 16 – Testemunho retirado de uma página de venda de curso de estoicismo

Assim como você, eu me considero uma pessoa comum. Com todas as minhas falhas, mas que decidi dizer chega e parar de se vitimizar. Eu era preguiçoso e tinha quase desistido de me desenvolver, mas eu transformei a minha vida através do ESTOICISMO, e eu compartilho essa transformação e conhecimento há alguns anos na internet.

Com o Estoicismo consegui me tornar uma pessoa mais tranquila e que está sempre em busca da minha melhor versão. Durante os últimos quatro anos passei por grandes desafios na minha vida pessoal e profissional, e graças ao Estoicismo pude ser bem sucedido em todos eles. Fui do céu ao inferno com um término de relacionamento de quase 6 anos, mas também fui capaz de me manter ativo e ter promoções no meu trabalho todos os anos.

Sou um estudioso do Estoicismo há mais de 4 anos, e sei que assim como mudou a minha vida, ele VAI MUDAR A SUA. Eu sei que muitos de vocês estão em busca dessa transformação, e estou aqui para te guiar nesse curso de Estoicismo.

Se você quer aprender Estoicismo de maneira descomplicada e prática, com alguém que não vai falar "filosofês" com você, entre agora para ESTOICA.

Fonte: Curso Estoicismo Prático.

É por isso que compreendemos que essa noção do compartilhamento de um determinado estilo de vida restrito à celebração da filosofia estoica, corresponde com a concepção empreendedora e de caráter comercial voltado para a recorrência desse esquema de comercialização e reificação das emoções, ainda que os administradores e criadores de conteúdo não falem abertamente dessa atividade como trabalho ou como forma de produção, propaganda, marketing e mercado.

No ambiente digital, onde os impulsos tendem a ser direcionados e buscam sempre uma resposta específica para cada vinculação de ação, é fácil compreendermos que haverá quase sempre um estímulo a procura por uma resposta: se há escândalo sendo compartilhado, a resposta esperada é a repercussão, se há um *meme* sendo compartilhado se espera o riso, o entendimento e a reprodução em massa, se há algo que diverge opiniões, a discussão e assim por diante. Da mesma forma como ocorre nas reuniões de *brainstorming* das empresas de publicidade, o ambiente digital é uma grande ferramenta de produção de respostas para impulsos textuais, visuais e auditivos, direcionando

opiniões em larga escala na busca por demarcar no tempo/espaço uma determinada forma de conteúdo publicitário em forma de valor.

É como se tivéssemos, em primeiro lugar, um valor que já se mostra estabelecido no quadro do empreendedorismo digital, um tipo de tentativa de humanização da prática econômica baseada na própria ambivalência do ideal do empreendedorismo destacada até aqui: de atuação desses indivíduos entre vínculos morais e a necessidade reificada de qualificação de sua autoimagem a partir da forma como vive em um ambiente que pode ser potencialmente tomado de regras competitivas e, a tentativa de subscrever um tipo específico da atividade individual que, tanto reitera valores da individualização desse ambiente, como também proporciona uma reflexão crítica sobre seu *modus operandi* a partir da autorreflexão (como pôde ser visto no relato de Carla sobre sua pausa com as atividades do canal).

Esse valor é aquele que consegue codificar a experiência individual em um *habitus* coletivo. Por um lado, há o interesse no âmbito emocional dessa categoria de valor, visando construir uma realidade diferente. Por outro lado, esse modelo só é possível pela manutenção de uma realidade competitiva e hostil para se fazer valer de seu caráter de aconselhador, como acontece, por exemplo com a autoajuda (Leite; Melo, 2008). Na medida em que essa ambivalência ganha campo, a repercussão dessa perspectiva humanizada também ganha mais força. Assim, para fugir de uma estratégia de lógica predatória, seja num sentido político-econômico, seja em um sentido moral, novas possibilidades como essa, na relação com o ambiente digital, se constituem como alternativas de sucesso com argumento capaz de fisgar até mesmo os menos interessados em competir com diferentes tipos de mercados, como parece ser o caso de alguns dos perfis de estoicismo. A pessoa estoica, portanto, a partir de seu estilo de vida de celebração do estoicismo, proporciona a esse ambiente um caráter de fuga da normatividade, mas se fazendo valer das normas que estão inseridas nesse contexto.

#### 4.3 EMOÇÕES COMO VALOR

Essa proposta de promoção do estoicismo no ambiente digital se dá a partir da individualização da experiência de celebração do estoicismo. O que é possível quando se trabalha pautado nas emoções das pessoas, como acontece no ambiente digital e também com os celebrantes do estoicismo. Imaginemos um cenário em que fosse possível se fazer as seguintes perguntas, tendo o controle sobre as possíveis respostas que poderíamos dar a elas: Que tipo de emoção empregar em determinada situação? Quanto sentir? O que sentir? Por que sentir isso ou aquilo por tal demanda? Essas são questões norteadoras em quase todas as circunstâncias para os celebrantes do estoicismo, sejam elas de risco, sejam elas puramente banais. É este um exemplo prático e radical da chamada

dicotomia do controle, ter o controle da autoimagem, mas não se preocupar em controlar tudo ao redor.

Conceber as emoções assim, garantem a elas próprias um tipo de valor. Assim, como também garantem a certas circunstâncias e situações tipos específicos de valor também. O esforço e a disciplina para fazer uma coisa, tal qual a reflexão e a tomada de decisão para se abrir mão de se esforçar demais têm os mesmos valores no desenvolvimento pessoal. Esses valores não são arbitrários, doados pelos próprios indivíduos, mas são orientados pela série de dispositivos morais, prático e racionais em que a filosofia estoica está fundamentada segundo esses celebrantes.

O caminho a ser percorrido, nesse caso, é aquele que levará o sujeito a um equilíbrio emocional e com isso, conseqüentemente, a formação de um sujeito capaz de tomar atitudes igualmente equilibradas: um sujeito absorto e, ao mesmo tempo, prevenido. Portanto, na mesma medida em que pode fazer o movimento de imersão e absorção da realidade, ele pode também ponderar sobre ela para realizar sua ação, verificando qual atitude cabível ou o que sentir ou não e demonstrar ou não, em determinado momento. Existem os impulsos, as protoemoções e as emoções controláveis e ambas podem ter valores positivos ou negativos e existem situações que podem ou não serem controladas e ambas podem ser boas ou ruins também. Após isso, o filtro de compartilhamento de cada situação, a moral que foi tirada de cada circunstância vivenciada e as experiências de vida – ou seja, tudo aquilo que está envolto aos seus estilos de vida – ganha um determinado valor doado da própria moralidade epistemológica da filosofia estoica para a prática, o testemunho e a propagação.

#### 4.4 O MERCADO DAS EMOÇÕES

A conjunção entre os valores estoicos e o modelo mercadológico do ambiente digital, proporcionam uma reflexão sobre o poder das emoções. Se a mesa de reuniões de *brainstorming* era a concepção mais pragmática do jogo de valores publicitários voltados às emoções, a dicotomia do controle é uma relação mais enlevada com o campo das emoções e a forma como os estoicos propagam ou criam uma primeira impressão do estoicismo no ambiente digital.

Mas, então, como essas duas esferas compartilham do mesmo espaço? Se estamos falando de empreendedorismo no campo das emoções, como que duas forças que parecem contraditoras em um certo sentido, podem coexistir de forma tão *sui generis*? Elas se juntam pois compartilham do mesmo tipo de fundamentação para se estabelecerem como produtos e produção de ideia: as emoções.

Compreender essa relação é compreender a formulação de características macroestruturais do ambiente digital. Ele é o próprio mercado das emoções e seu sistema de algoritmos é sua forma de cooptação dos desejos, das reações e das microestruturas das emoções como valor. Para todas as

condições, há um estímulo e também há um estímulo ao desestímulo. E é exatamente aí que se concentra o valor atribuído de parte da dicotomia do controle para o estilo de vida estoico. Não mais no descontrole das respostas àquilo que o algoritmo nos sugere, mas na disciplina das reações a tudo aquilo que podemos encontrar nesse meio e em todos os outros meandros da vida.

Além disso, é possível dizer que se há mercado, é porque existem mercadorias e essas mercadorias para os celebrantes do estoicismo são as mentorias e cursos, os livros e manuais etc. Como veremos adiante no conjunto de prints de links, páginas de cursos e produtos sobre estoicismo, esses esquemas de propagação e produção exercem esse lugar de mercadoria e fornecem também o aspecto de mercado para esse grupo. Ainda que não estejam, necessariamente, criando um novo tipo de mercadoria ou de mercado, eles estão formulando conjunções diferentes àquelas que tanto o mercado da autoajuda quanto o fenômeno *coaching* fazem nesse ambiente, ao mesmo tempo que emulam para si o caráter da perspectiva de desenvolvimento pessoal enquanto nicho de mercado.

Vejamos alguns exemplos a seguir:

Figura 17 – Conjunto de links que direcionam para grupos de WhatsApp, cursos voltados para a prática do estoicismo e uma loja do perfil dentro do marketplace da Amazon



Fonte: Instagram.

Figura 18 – Apresentação de um layout para um curso de prática filosófica dentro de um site de domínio próprio



Fonte: Plano Estoico.

Figura 19 – Exemplo da profusão de diferentes cursos de autodesenvolvimento dentro de um site próprio de uma das páginas observadas



Fonte: Escola Estoica.

Figura 20 – Detalhes anteriores à compra de um curso sobre autocontrole dentro do marketplace da plataforma de vendas de cursos online chamada Hotmart<sup>19</sup>

Home > Carreira e desenvolvimento pessoal > Desenvolvimento pessoal > Como ter Autocontrole

## Como ter Autocontrole

Português [Compartilhar](#)



A Fórmula para Autocontrole e Disciplina Infalíveis

Conquiste sua vida com o poder do Estoicismo! Domine o autocontrole e a disciplina com a sabedoria dos antigos filósofos. Descubra segredos, aplique técnicas infalíveis e alcance a maestria para transformar sua vida e inspirar os outros. Torne-se a melhor versão de si mesmo!

**R\$ 97,00**  
em 10x de R\$ 11,31\* no cartão

[Ir para o carrinho](#)

- ✓ Garantia de 7 dias
- 📄 Certificado de conclusão
- 📱 Estude do seu jeito e em qualquer dispositivo
- 🎥 15 aulas e 2 horas de conteúdo original

Formato: Cursos Online e Serviços de Assinatura . Desenvolvimento pessoal.  
Categoria: Desenvolvimento Pessoal.

Fonte: Hotmart.

<sup>19</sup> Nota-se que o curso está dentro do campo denominado “Carreira e desenvolvimento pessoal”.

Essas imagens ditam para nós como são distribuídas as vendas de cursos e mentorias dos celebrantes do estoicismo. A estética segue a mesma das páginas, e as propostas são para se aplicar os conteúdos da filosofia de forma prática. Mas se o exemplo de Carla nos faz ter a sensação que o trato com as emoções é diferente do pragmatismo que os *coaches* e a autoajuda nos propõe, aqui a maneira de trabalhar com as emoções parecem totalmente atreladas à linguagem positiva da neurolinguística. Com a imposição da junção de disciplina e de desempenho, totalmente vinculada para o desenvolvimento pessoal, como é possível ver na inserção de mercado da Figura 20. É assim que esses grupos de estoicos propagam a prática da filosofia. A pessoa estoica, portanto, é a junção das valências da disciplina emocional, com o desempenho da prática dos ensinamentos da filosofia. E a junção desse modelo de desenvolvimento e empreendimento pessoal é a concepção desse estilo de vida.

Podemos afirmar que a característica enlevada e absorta da pessoa estoica ratifica um modelo de pessoa relativa ao ideal do empreendedorismo. Isso porque, segundo comumente relatado pelos divulgadores e seguidores desse ideal, o empreendedor, quando dotado dessas qualidades, possui uma vantagem a mais naquilo que se propõe empreender. O que corrobora com a ativação de todo o ideal empreendedor, de um sujeito com a pretensão de carregar consigo os lemas da produção sem se sobrecarregar com os encargos da disciplina e podendo romper com a própria produtividade para se enviesar de um determinado uso desse desempenho para o desenvolvimento pessoal. Nesse sentido, é enfatizada a dualidade disciplina x desempenho como explicativas dessa proposição, entendendo os celebrantes do estoicismo como explicativos desse novo modelo produtivo da sociedade capitalista que se volta às altas tecnologias, mas esbarra e se faz uso da característica mais natural da vida humana que são as emoções.

Ainda que houvesse a distância com os contextos que se utilizam da noção de desempenho de forma explícita, a pessoa estoica é sempre promulgada como exemplar para esses contextos. Isso porque seus conceitos básicos fornecem características essenciais para a sociedade do desempenho. Ao se utilizarem do conceito de Eudaimonia, por exemplo, para compreenderem a natureza regrada da existência e do controle das emoções pela dicotomia do controle. Essas ideias proporcionam à pessoa constituída pela celebração do estoicismo uma aproximação notável com a ideia do indivíduo caracterizado pelo desempenho do empreendedorismo. Portanto, percebemos que o empreendedorismo possui um modelo pretendido de pessoa muito similar ao modelo de pessoa construído pelos celebrantes do estoicismo, dotado de controle emocional e defensor da racionalização da realidade por intermédio de uma natureza regrada.

#### 4.5 EMOÇÕES CONTROLADAS E A NOÇÃO DE PESSOA ESTOICA

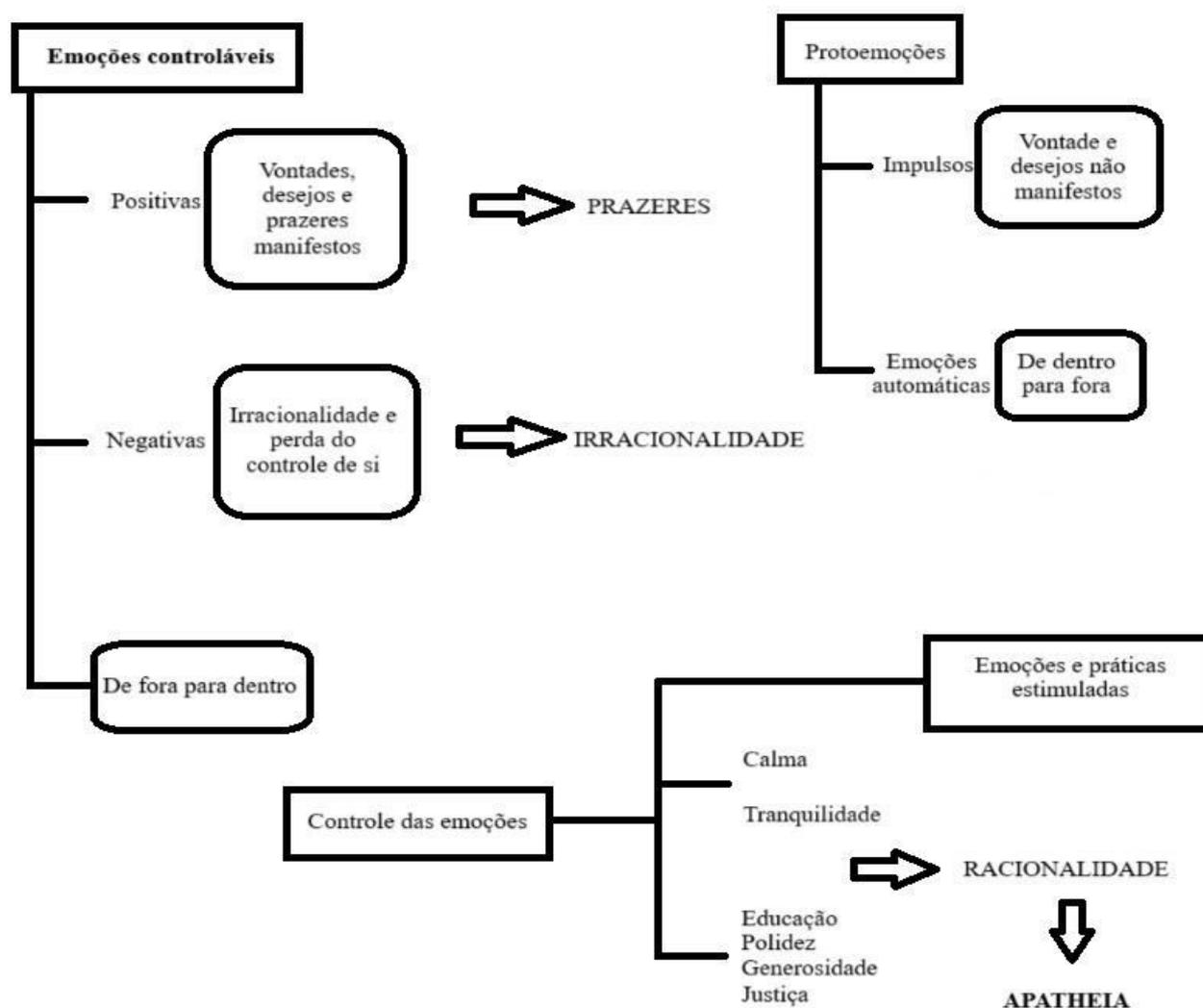
Apesar das emoções ocuparem esse lugar central da explicação sobre a pessoa estoica, em seus discursos elas aparecem, em muitos casos, apenas como oposição a racionalidade pretendida ou como fator crucial a ser tratado para se obter uma vida tranquila. Contudo, é possível observar que existem especificações no tocante a categorização dessas emoções, a partir das quais podemos entender como funciona esse controle das emoções e quais emoções que podem ser controladas. Da mesma forma, que é através do controle das emoções que entendemos a dicotomia do controle, pois se por um lado existem emoções que podem ser controladas, por outro existem condições que não podem ser controladas. Apesar dessas condições não serem exatamente parte das emoções controláveis, elas também dizem respeito ao conjunto daquilo que está sob o controle, uma vez que é na indicação daquilo que pode e deve ser controlado que se tem o entendimento das coisas que não podem ser controladas. O que, de alguma forma, causa impacto e transforma os estilos de vida dos celebrantes do estoicismo. Carla em um determinado vídeo salienta: “Muitos de nós possui a liberdade de ir e vir. Muitos também são livres para se expressarem. Mas ainda, a grande maioria da humanidade vive escravizada por suas próprias emoções. Quantas vezes nos vemos perdidos e completamente presos em nossos próprios sentimentos negativos, naquela angustia interior, que parece nunca querer se afastar? Queremos nos libertar, mas a prisão é demasiadamente forte e não sabemos como. Epicteto dizia que ‘ser senhor de si mesmo é utilizar o poder de conservar ou afastar as coisas desejadas e não desejadas. Então, se deseja ser livre, não queira, nem evite, ou dependa de outros. Do contrário, necessariamente será escravo’. Para Epicteto, a pessoa que deseja o que está fora de seu controle necessariamente torna-se escrava, pois voluntariamente submete-se aos que podem proporcioná-la ou impedi-la o acesso à coisa desejada [...] vivemos presos às coisas que não dependem inteiramente de nós: coisas materiais, corpo físico, títulos, cargos, status, fama, comportamento e opinião de outras pessoas. Desde que o mundo é mundo, quando foi que as coisas ocorreram exatamente como o homem desejou? Por que ainda não percebemos isso? E por que ainda continuamos nos revoltando com o que não podemos controlar? Segundo os estoicos é daí que vem o nosso sofrimento. É essa a corrente que nos aprisiona emocionalmente”.

Em outro momento, ela continua: “Portanto, eu te faço um convite a refletir: Não seria libertador aceitar com alegria os caminhos que a vida prepara para você e usar toda a sua força para controlar apenas o que pode ser controlado por ti? A liberdade, como dizem os estoicos, está em se responsabilizar por tudo aquilo que está sob seu controle. Ou seja: seus pensamentos, atos, desejos, suas interpretações, vontades... E aceitar com respeito o resto. Livre-se dos desejos exteriores e libertará também sua alma. [...] Epicteto também dizia: ‘eu não busco possuir qualquer coisa que não

pertença a mim. Nem corpo, nem as posses, nem poder, nem fama, nada'. Entenda que os estoicos não dizem para abrimos mão de tudo e morarmos na rua, como mendigos, o que eles nos aconselham é que saibamos utilizar as coisas com inteligência, sem que a elas estejamos apegados, dominados... sem que elas sejam nossos mestres. [...] Para os estoicos, o caminho para a tranquilidade interior, para a libertação das prisões emocionais, é o foco apenas na virtude, pois ela sim depende de nós. Todo o resto pode nos escravizar. [...] é importante pontuar que as emoções negativas estão tão enraizadas em nós, que nossas percepções são tão distorcidas, que estamos tão apegados a tudo que é exterior, que para viver no estado de apatheia, é preciso disciplina, foco, comprometimento. Quando aprendemos de verdade a nos livrarmos de nossas paixões, dos vícios, das distrações e nos elevamos acima daquilo que não está sob o nosso controle, estaremos automaticamente quebrando as correntes da prisão emocional. Ninguém, a não ser você mesmo, pode libertar-se da escravidão de suas próprias emoções, do desejo de controlar ou ter aquilo que não está sob seu controle. [...] eleve-se, deixe para trás os vícios, as paixões, as percepções distorcidas, o comportamento e a opinião do outro. Foque apenas em seu interior, naquilo que pode controlar, em sua própria virtude. E, finalmente, tua alma terá encontrado a tranquilidade que tanto procura, finalmente terá conseguido se livrar das prisões emocionais”.

Por isso é importante ter em mente que as emoções ocupam esse lugar do aspecto da vida que pode ser controlado em detrimento das situações e circunstâncias que são externas às ações do indivíduo. Entretanto, em um primeiro momento, vale salientar novamente o quanto que dessas distribuições e exemplificações nativas, o que se sobressai é a ideia de que controlar as emoções é controlar esse lado que foge à racionalidade. Embora pareça uma proposição genérica de explicação esse uso das emoções, essa capacidade de tornar abrangente um aspecto que parece ser específico, é uma característica bastante própria do ambiente digital quando se trata da necessidade de cooptação de seguidores, visualizações e engajamento como já vimos anteriormente. Quanto mais genérica uma proposta, mais pessoas podem ser cooptadas por esse discurso.

Quadro 1 - Quadro sinótico do controle das emoções



Não obstante, como falávamos nas sessões anteriores, a ideia geral do controle das emoções por parte dos celebrantes do estoicismo é constantemente proposta desta forma, genérica. Assim, tanto configuram a inserção no ambiente digital, quanto possibilitam a esse lugar das emoções a aplicação por parte de seus seguidores. Da mesma forma que, ao fomentarem as emoções como contraposição à racionalidade também sugerem que essa é uma característica fundamental da pessoa estoica: a pessoa racional, capaz de abstrair-se dos conflitos e problemas, achar as respostas, o ideal da justiça, a figura de Marco Aurélio no campo de batalha a meditar ou a figura de Epicteto, que em plena miséria se mantinha sereno etc.

Portanto, o controle das emoções pode ser lido como o controle de todas as emoções, é o controle do “sentir demais” e do “deixar transparecer”. Porém, como visto em algumas partes do

nosso texto e no Quadro 1, temos categorias de emoções que sugerem uma especificação maior para essa ideia tão generalista. Em primeiro lugar é possível entender que a noção de apatheia, estado de consciência de uma pessoa que está livre das perturbações emocionais, nos propõe pensar as emoções como formas de intensidade. Não é o apelo para se esvair de emoções, como visto na Figura 15, mas como a própria origem do nome sugere, é o afastamento das paixões, das emoções que podem causar sofrimento ou quaisquer tipos de perturbações. Nesse sentido, os estoicos falam tanto de emoções negativas (como a raiva) quanto de sensações demasiadamente positivas (como emoções voltadas ao prazer, por exemplo). Assim, além da dicotomia entre a exterioridade (o que não pode ser controlado) e a interioridade (aquilo que pode ser controlado), como sugere Carla, temos essa ambivalência que junta diferentes tipos de emoções.

O controle das emoções, portanto, é também o controle dos impulsos e dos desejos. E, nesse caso, falamos de emoções corporificadas, quando o aspecto do que se sente é transmitido para as outras pessoas através da linguagem corporal. Em alternativa a esses impulsos, é sugerido (ainda que, em suma maioria, de forma indireta) o apressamento por emoções e práticas como a calma, a sobriedade, a sensatez, a generosidade e, sobretudo a justiça (ponto central da filosofia de Marco Aurélio). O que, se levarmos em consideração o caráter físico que essas emoções e práticas transmitem, são características da produção de uma autoimagem que dialoga exatamente com essa figura absorta, enlevada e de sobriedade pretendida pelos celebrantes do estoicismo. Como também é uma forma de transmissão das representações do chamado caráter estoico e de seu estilo de vida. E, nesse sentido, é tanto uma estrutura de caracterização desses indivíduos pela forma como entendem e catalogam as emoções, como também um estratagema que parte daquilo que é socialmente elencado como estoico, atrelado ao uso dessa categoria como adjetivo de um caráter social, ou voltado para uma prática social.

Ou seja, é dessa absorção de uma racionalidade corpórea que os estoicos se veem a si mesmos como estoicos. E a partir disso podem também serem vistos como estoicos pelas outras pessoas na apreensão de suas simbologias corpóreas (Le Breton, 2009). Existe aqui um entendimento de que as emoções possuem esse aspecto que escapa à racionalidade e que, portanto, necessita ser trabalhada e treinada para não ser prejudicial à vida tranquila pretendida pelos celebrantes do estoicismo. Essa busca por um equilíbrio emocional é tanto um afastamento de emoções vistas como socialmente perigosas, ruins ou irracionais, como também os excessos de sensações boas. Por exemplo, em um de seus vídeos mais visualizados, Carla relata a felicidade e o prazer que tinha em comer doces. Contudo, assim que percebeu que estava exagerando, decidiu ficar trinta dias sem comer nada com açúcar para controlar o impulso que gerava esse prazer desregrado. Passados esses trinta dias, ela fez um vídeo relatando o que sentiu durante esse período e como a disciplina e o controle foram benéficos para ela nesse sentido. Portanto, as emoções também são práticas que, nesse caso, pautadas em certo

pragmatismo, se não estiverem dispostas ao controle, podem ser perigosas. Assim, as polaridades dessa concepção das emoções se aproximam nos excessos, sejam boas ou ruins. Tudo aquilo que é sinônimo da perda de controle dessa interioridade, é visto como perigoso para a virtude, para a racionalidade e pode causar danos para a vida tranquila. Por outro lado, como visto na Figura 15, as “protoemoções” são ditas como automáticas e, portanto, são inevitáveis. São emoções que não são transmitidas, elas não extrapolam as barreiras do corpo. Mas tanto o prazer em excesso quanto a raiva extrapolam essa barreira e precisam ser controladas, por exemplo. Assim, um corpo de emoções controladas é um corpo que transmite calma e serenidade, emoções essas que parecem não carecer de controle e são, por assim dizer, parte fundamental da pessoa estoica.

Nesse sentido, a pessoa estoica tem como parâmetro a própria racionalidade tantas vezes citada por eles e essa concepção de emoções controladas é a representação de uma racionalidade corpórea que se traduz na virtude que Carla tanto enaltece em sua fala no início da sessão. O que se desenvolve de tal forma que tanto as emoções quanto os estilos de vida tendem a se misturar como aspectos intrinsecamente relacionados. Isso porque, o estilo de vida apresentado por esses celebrantes do estoicismo é a maneira pela qual também demonstram o controle de suas emoções. Essa racionalização da experiência corpórea e emocional se traduz, entre as formas de consumo controlado, rotinas regradas, apreço por uma alimentação saudável e pelo equilíbrio em todas as áreas da vida. Sendo assim, o controle das emoções de modo aplicado. Portanto, é por isso que dissemos que os estilos de vida possuem esse caráter de síntese, uma vez que neles podemos encontrar esses dois lados da ambivalência das emoções controladas. Da mesma forma que, esse estilo de vida também funciona como ponto de fixação da dicotomia do controle. A virtude e a vida tranquila – apresentadas aqui como sinônimos – são, por assim dizer, tanto um objetivo como também consequências do estilo de vida estoico. O celebrante do estoicismo que almeja seguir fielmente os preceitos da filosofia estoica, precisa dessa síntese para conseguir aplicar os conhecimentos tanto em si mesmo quanto nas experiências sociais das quais poderá viver.

Por isso, dissemos que a pessoa estoica é a pessoa que reproduz um determinado estilo de vida e, no processo de reprodução, acaba replicando um ideal de pessoa que concentra em si aspectos dessas formas ideais de empreendedorismo que atuam no desenvolvimento pessoal. O que acontece de tal forma que, ainda que a filosofia de maneira aprofundada seja compartilhada por um grupo reduzido de pessoas, seus principais preceitos são difundidos em massa como parte de programas de autoajuda, autodesenvolvimento e manuais práticos para o sucesso pessoal. Se do ponto de vista ideal o estilo de vida dos celebrantes do estoicismo é caracterização mais paradigmática da pessoa estoica, do ponto de vista prático ele funciona como parâmetro para mensurar as próprias práticas como sendo estoicas ou não. E se levarmos em conta a capacidade de averiguação, atualização e manutenção do

cotidiano do ambiente digital, esse estilo de vida enquanto modelo prático da pessoa estoica tende a servir tanto como mercadoria no mercado das emoções, quanto demarcação de confiabilidade e de credibilidade para propagadores e celebrantes do estoicismo no ambiente digital.

Por fim, entendemos que o campo de relação estruturado pelo ambiente digital, ajuda a formar uma noção de pessoa estoica vinculada a modelos de consumo e mercadoria que se traduzem em novas formas ou, nesse caso, em um novo aspecto do ideal do empreendedorismo. A pessoa estoica, portanto, reativa um ideal que transpassa essa característica mais pungente de uso do ambiente digital enquanto lugar de trocas mercadológicas, se tornando um modelo de caráter preventivo para a disruptiva e fluida maneira com que esse ambiente funciona. Sendo assim, a noção de pessoa estoica no ambiente digital é a forma mais enlevada – ao se ver tomada pelo estilo de vida desses celebrantes do estoicismo – do ideal do empreendedorismo. Conseqüentemente, o estilo de vida, pensado como conceito analítico nesse ambiente, se configura como um aspecto interessante de explicação tanto da noção de pessoa estoica, quanto da caracterização do ambiente digital.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente dissertação teve como objetivo compreender a construção e concepção da noção de pessoa estoica contemporânea no ambiente digital, se utilizando da forma e dos conteúdos que os administradores de perfis estoicos cotidianamente compartilham no Instagram. Partimos do pressuposto de que a noção de pessoa adotada por um determinado grupo nos ajudaria a explicar o modus operandi do próprio grupo, uma vez que a forma como concebem o ideal de pessoa é a mesma com que propagam a filosofia estoica. A princípio, tínhamos como ideia nos concentrar em apenas um perfil, o que logo se mostrou menos frutífero do que a observação mais ampliada em outros perfis. Assim, tivemos um perfil que consideramos nuclear e outros que nos serviram de aporte para colhermos informações relevantes para a pesquisa. Nossa imersão nesses perfis de Instagram nos demonstrou que há um potencial analítico interessante na ideia do ambiente digital como um cotidiano e nos colocou diante de desafios analíticos pertinentes para a coleta dos dados. Também nos remeteu a ideia de como o ambiente digital é potencializador de sínteses, das quais a própria noção de pessoa estoica é exemplo, quando articula relação com diferentes esferas de representação, com ambivalências e com categorias distintas de atuação nesse meio.

Dessa forma, buscamos demonstrar que nosso intuito primário tinha validade teórica, ainda que o contato com o cotidiano fosse intermediado pelo ambiente digital e que a figura desse ambiente

proporcionasse uma concepção muito específica de pessoa. Nosso esforço se concentrou em entender as relações no ambiente digital e como isso provocava a criação de uma estética própria nesse meio. Para tanto, fizemos imersões importantes no contexto da efetivação da rede social analisada, as características do Instagram e do próprio ambiente digital como um todo. Assim como tivemos de entender a construção histórica do estoicismo como corrente filosófica reapropriada. Nesse sentido, foi importante reconhecer o debate sobre as origens do individualismo em Louis Dumont.

Primeiramente, buscamos em alguns desse elementos da filosofia clássica a conexão com conceitos que os celebrantes do estoicismo se utilizam hoje. Foi possível perceber que a ideia de uma vinculação com o mundo concreto é admitida, incentivada e criadora de uma visão racionalizada da realidade, como propagado por eles. De tal forma que, ao se colocarem no mundo, os estoicos acreditam em um regramento inescapável dele. Essa racionalização da realidade proporciona um caráter absorto para esses indivíduos, promulgando uma noção de controle das próprias ações e emoções em detrimento ao descontrole dos regimentos da vida em geral. O que é transcrito a partir da noção de controle das emoções, atributo esse que possui uma certa recorrência em seus discursos e que percebemos ser uma alternativa de contraposição para a racionalidade pretendida, bem como uma possibilidade de caracterização de seu próprio estilo de vida. É também o fator que possibilita aos celebrantes do estoicismo a inserção naquilo que chamamos aqui de mercado das emoções, esse lugar do ambiente digital tomado por mercadorias voltadas ao desenvolvimento pessoal, autoconhecimento e autoajuda. As emoções, portanto, funcionam como característica mercadológica no ambiente digital.

Concomitantemente, esse debate sobre as emoções, transpassa o nosso texto na medida em que, para os celebrantes do estoicismo, as emoções funcionam como uma espécie de modelo explicativo de contraposição à racionalidade pretendida por eles nesse ideal de pessoa que está sendo desenvolvido mediante seus estilos de vida. O que acarreta tanto as vias do controle das emoções, quanto uma certa qualificação das emoções enquanto categoria reificada pelo ambiente digital. O influxo dessas qualificações foi visto em nosso texto a partir de diferentes perspectivas: as emoções enquanto possibilidade de ambivalência negativa e positiva; a recusa aos extremos, tanto das emoções ditas negativas quanto das emoções demasiadamente positivas, demarcadas pelo prazer; as emoções que são automáticas (protoemoções), que não se traduzem em uma corporificação das emoções; e a absorção de emoções que são reflexo do dito caráter estoico.

Essa qualificação, lida pela perspectiva que a experiência no ambiente digital nos possibilitou, reúne em si uma aproximação com modelos que parecem estabelecidos nesse ambiente. O uso das emoções e o fomento de cursos e mentorias voltados ao desenvolvimento pessoal se constituem como aspectos dessa relação. Procuramos, então, demonstrar que essa visão de mundo vivida no contexto

do ambiente digital propicia uma relação dos perfis de estoicos com a linguagem da autoajuda, com o fenômeno *coaching*, com a neurolinguística e, sobretudo, com o ideal do empreendedorismo. Para que essa estrutura fosse perceptível no texto e pudéssemos categorizá-la de forma a criar uma síntese, elencamos o conceito de estilo de vida como característica fundamental de construção, concepção e compartilhamento da noção de pessoa no ambiente digital. Ou seja, compreendemos que é o estilo de vida uma forma personalizada pelo ambiente digital de fomento da noção de pessoa estoica, uma vez que, o estilo de vida dos celebrantes do estoicismo consegue juntar tanto os postulados intrínsecos à noção clássica do caráter estoico, como também a contextualização e aplicação da filosofia hoje, muitas vezes relacionando-se com as esferas do empreendedorismo e do desenvolvimento pessoal. Ao analisarmos esse estilo de vida, percebemos as formas de consumo desses celebrantes do estoicismo e como tais formas de consumo são propagadas como parte indissociável da premissa para se viver bem.

Podemos observar que essa forma de celebração do estoicismo é também uma característica do ambiente digital, um lugar permeado pela propaganda e pelo consumo. Assim, a equiparação entre estoicos e universo do empreendedorismo é possível graças ao intermédio de novas estruturas de comunicação que proporcionam justamente o contato entre diferentes estilos de vida. Simultaneamente, é nesse mesmo espaço que esses perfis de estoicos constroem sua autoimagem carregada de símbolos próprios, da reapropriação da filosofia estoica. Além disso, compreendemos que há na divulgação desses estilos de vida uma espécie de economia das emoções, que se estrutura a partir de um mercado das emoções, uma abstração própria do ambiente digital que faz das emoções um aporte imprescindível para o marketing e a propaganda, a partir dos impulsos auditivos, visuais e da linguagem. Fazendo com que, mesmo em nichos distintos, exista uma relação atravessada pelos símbolos que constituem esses nichos da autoajuda, do *coaching* e do empreendedorismo.

Por isso, o ambiente digital se configura como um lugar de muitas possibilidades analíticas, do qual ainda há muito para se desvendar. O ambiente digital carrega ainda uma peculiaridade de força maior. Estamos constantemente mais imersos nele ao mesmo tempo em que sua renovação é tão corrente e constante que ele pode se tornar estranho a cada nova atualização. O caminho do estranhamento, ainda que seja um percurso a ser desbravado de forma mais aprofundada e mais prolongada, é diferente nesse ambiente. Talvez, por isso, transformar o familiar em exótico como sugere Da Matta (1974), para o ambiente digital exija frequentemente transformar o processo de familiarização parte do estranhamento. É assim que as formas de mercado aqui observadas se constituem nesse ambiente, se apropriando da capacidade de estetização do ambiente digital e aplicando suas próprias noções estéticas nele.

A partir disso, nos atentamos à capacidade de distribuição de representação ligada às emoções, tanto a utilização delas, quanto a comercialização para propagação de ideias. E, nesse caso, os celebrantes do estoicismo colaboram para o entendimento das duas possibilidades. O que nos favoreceu encontrar caminho para um conjunto de interpretações e contextualizações sobre como eles entendem a si mesmos, como se constituem e, nesse sentido, qual variação de pessoa está sendo canalizada e (re)constituída perante àquelas que se dão em muitos estudos desta mesma verve. De forma semelhante, verificamos que há uma ligação irrestrita, apesar de camuflada pelo ambiente digital, com o universo econômico – entendendo-o aqui pelas duas categorias de valor: material e emocional, propriamente dito —, sem se desvincular da moral, da razão e da política. Portanto, é possível dizer que esse é o *modus operandi* dos estoicos no ambiente digital e foi o modelo encontrado para compreender esses perfis de estoicos.

Imaginamos, desta forma, os estoicos como parte também indissociável de um todo no ambiente digital, visto ser lá que as formas de sociabilidade disponíveis configuram suas ações, ao mesmo tempo em que, os gostos, as tendências, o consumo e todo o embasamento filosófico e sua aplicabilidade são administradas e coproduzidas pelas estruturas desse ambiente. Ainda que a esfera de sentido seja, em muitos casos, transformada pela rígida imediatez da larga escala de criação e compartilhamento de conteúdo, os comportamentos dos perfis estoicos são padronizados ao ponto de podermos elencá-los como um grupo, como visto anteriormente. Dito isso, o ponto de cisão para fazê-los integrantes desse ambiente e para considerarmos como potencial compreensivo sobre o macrossistema do ambiente digital foi uma característica que transpassa toda a estrutura do ambiente digital e que criou a capacidade de um sistema quase que próprio de regulação e função. Isso é, o potencial de comercialização de qualquer coisa no ambiente digital. O que é, senão a mais fácil, uma das mais habituais traduções de seu modo de uso. Se antes o víamos como uma espécie de emancipação das formas espaço-temporais, hoje ele se tornou a etapa mais fugaz de reprodução, reificação e, por fim, da própria concepção de mercado. Portanto, é possível a qualquer indivíduo em qualquer momento e em qualquer lugar se pegar utilizando qualquer rede social como forma de vender ou comprar mercadoria. Aos estoicos essa lógica também se aplica. Não que seja esse seu objetivo diretamente, em um sentido geral, e até poderíamos nos questionar se alguns ou muitos desses perfis que oferecem cursos e mentorias pagas, de fato começaram com esse intuito, mas é fácil imaginar que mediante demandas e a possibilidade de vender alguma coisa, essa tendência, aliada a outras tendências como o *coaching*, pode se configurar de fato como uma forma normatizada de ação no ambiente digital. É como uma grande feira, com cores, sons e sensações a cada canto, para todos os gostos. Cada qual tem seus próprios métodos para vender produtos semelhantes e a tarefa é se esforçar mais em criatividade para chamar atenção que as vezes se resume a segundos de quem ouve

ou vê. Nessa feira, as emoções são ao mesmo tempo produtos de exploração e produtoras de engajamento.

Pensar o digital como esse ambiente de trocas não é uma novidade, mas entendemos que há uma força ativa maior que as trocas, que fazem desse ambiente um lugar quase autônomo ou, em outras palavras, regido por estruturas que se apossaram desse ambiente como seu lugar quase naturalizado de ação. Nesse caso, é possível a cada nova página ou perfil conduzir o algoritmo para as coisas que de imediato o algoritmo da plataforma irá indicar como potencial desejo de compra ou consumo e, simultaneamente, ser conduzido pelo próprio algoritmo aos produtos que serão divulgados por ele. É como ir a uma feira e se direcionar pelos gritos dos feirantes, e se deixar conduzir e se seduzir, muitas das vezes, por gritos mais criativos ou por estandes mais organizadas. Essa feira moderna do ambiente digital se configura como uma constante reificação de relações sociais e, mesmo que sua estabilização esteja em concretização desde o início do século XX, sua forma reificante ainda nos é novidade. As relações digitais ainda são novidade para nós que olhamos para o ambiente digital como forma distribuidora de sentidos.

Entretanto, se pudermos redigir por agora um sentido, este lugar é como uma feira estética em seu primado, impondo aquilo que é mais atrativo no momento. Por isso, a ideia de uma estetização do cotidiano é uma fórmula premente do ambiente digital. Uma vez dispostos a este jogo todos estão sujeitos a serem imediatamente estetizados pela robusta formatação das estruturas simbólicas já alcançadas nesse meio. Para estoicos e não estoicos, a feira estética moderna do digital é a feira de corpos, vida e consumo estetizados e, em sua origem, Mike Featherstone detectou isso muito bem ao refletir como que a influência de novas tecnologias da comunicação começou a transformar a cultura de consumo a partir da década de 60. A cultura de consumo passou a valorizar cada vez mais as imagens, os signos e a experiência. A fotografia, o cinema, a televisão e, mais recentemente, o computador e a internet, permitiram que experiências antes inacessíveis, se tornassem cada vez mais presentes e experienciáveis. Além disso, a cultura de consumo promove novas imagens e experiências frequentemente atreladas ao exótico ou ao esteticamente agradável. Nesse contexto, a vida cotidiana tende também a se tornar mais estetizada, quando os avanços tecnológicos propiciam uma manipulação detalhada da estética dos objetos e dos ambientes. Essas tecnologias, representadas aqui pelo ambiente digital, possibilitam a estetização constante e crescente da vida e a manipulação das percepções estéticas por meio de imagens e signos que podem ser observados tanto nos shopping centers quanto na estilização crescente dos corpos e dos ambientes urbanos (Featherstone 1995). A proposta de Featherstone, portanto, é demonstrar que tanto a abstração do consumo quanto a estetização da vida, mudam a relação de tempo e espaço. Se antes a concepção mais imediata era da estabilidade caracterizada pela fixação simbólica da propaganda e da estética de consumo, agora os

símbolos são fluidos, colocados a prova quase o tempo todo. Portanto, se o exótico permanecia exótico até que alguém conseguisse convencer do contrário e o transformar em familiar, agora o exótico é exótico apenas por um dia, até que se torne um “viral”. De tal forma que somos lançados constantemente ao contato com esse exótico. Essa disposição potencializa o universo simbólico do ambiente digital e faz com que o lugar do simbólico seja dispersivo, sempre em constante atividade e mudança.

Da mesma forma, o corpo se torna um campo temático para novos símbolos no ambiente digital, pois se há uma estetização da vida, há uma estetização ainda mais acelerada dos corpos. O exemplo de Featherstone são os shoppings centers em que tudo é planejado e dedicado a experiência estilizada de consumo e onde os padrões dessa estilização, geralmente, imperam. Contudo, a resolução proposta para que essa estetização chegue aos corpos, é menos do campo da superestrutura cultural e mais da transição de um mundo 2D para um mundo 3D e a reprodução em massa dessa mudança nas formas de consumo e, sobretudo, na propaganda. O que proporcionou a propagação e o fomento de corpos ideais no campo da propaganda. Sendo assim, a concepção de uma vida estetizada, aliada à produção de uma feira moderna, potencializa o caráter de sedução constante do ambiente digital. E se os corpos já são produtos e reprodutores dessa estetização, as emoções não fogem a regra.

O corpo é um campo das mais diferentes formas de disputa. Portanto, o corpo é um território de poder. E isso também se dá a partir do momento que o caráter estetizante se assegura também dos corpos. E nesse lugar de poder, determinado outrora somente pela disciplina e agora também impulsionado pelo desempenho, as emoções o acompanham de forma indissociável. O lugar do corpo é o mesmo lugar das emoções e quando se fugia a essa regra a sociedade disciplinar ou o processo civilizador entravam em ação para averiguar o devido lugar das emoções e dos corpos. O que só é possível graças a uma estabilidade simbólica que supostamente facilitava tanto a repreensão dos corpos, como a concepção da adequação das emoções. Entretanto, em decorrência das mudanças relatadas no capítulo dois, primeiramente, os corpos se tornaram um campo de afirmação e se a disciplina prosseguia com fervor sua tarefa punitiva, o corpo se rebelava como ferramenta de linguagem irruptiva. Linguagem essa, em muitos casos, puramente estética. Portanto, essa estetização do corpo, embora explorado e, posteriormente, atrelada somente ao consumo e ao capital, é também fruto da disputa de poder que ocorre no próprio corpo. Mas o lugar das emoções ainda permanecia sólito para o corpo ou para essa estetização da vida, acompanhando justamente o processo de estetização do corpo. O que parece ter mudado justamente na transição categórica da sociedade disciplinar para a sociedade de desempenho, quando “o estranho cede lugar ao exótico” (Han, 2017, p. 11).

Por isso, o papel teatral da relação palco/atrás do palco de Erving Goffman se encontra extremamente misturado. A fluidez do digital parece ter gerado uma necessidade de uma exposição tão crescente das expressões que eram realizadas longe das cortinas abertas dos teatros das relações sociais que produziu uma espécie de ativação da ironia e da metáfora em níveis extremamente acelerados. E isso se deu de tal forma a permitir que, doravante a essa mudança, as emoções começassem a se ocupar de um lugar próprio de fluidez simbólica e de estetização. Para aqueles que conseguem acompanhar o influxo desses símbolos, há uma possibilidade de sucesso no mundo estetizado do ambiente digital. Para aqueles que não conseguem acompanhar, haverá sempre o lugar da pretensa estabilidade. E para todos os casos haverá sempre o risco da depressão, “[...] aquela humanidade que está em guerra consigo mesma” (Han, 2017, p. 29).

Há também quem consiga entrar em jogo com esses esquemas e se esgueirar pela contramão, no intuito de remediar os impactos desse influxo simbólico e, por conseguinte, tirar proveito dessas valências para se reafirmar como postulados de absorção da racionalidade e alternativa para todas as três situações. E nesse ponto entram os estoicos que, precavidos e pregadores da racionalização da vida, propõem um controle das emoções. O que em muitos casos se configura, justamente, em um sentido puramente simbólico. Favorecendo um caráter de conciliação entre corpo e emoção ao se averiguar um sentido simbólico fixado às emoções. O que, embora não seja uma reafirmação do lugar das emoções, é uma tentativa de doar ao corpo uma adequação emocional a partir da racionalidade. Mas, mesmo na aparente contramão, os estoicos não escapam da estetização das emoções. Uma vez dispostos a essas configurações do ambiente digital, estarão sobrepostos a algum tipo de estetização. No caso dos estoicos, vimos que a estética corpórea adotada é atrelada ao mundo da autoajuda de positividade ativa e de constatare reafirmação de corpos e mentes saudáveis. As emoções continuam estetizadas e, em alguns casos, ao se deslocar da hiperexposição irônica do ambiente digital, se asseguram de um lugar sem ironia reafirmando uma estética emocional própria, vinculada a absorção da realidade empírica. Na negação da positividade, se ativa um novo modelo de positividade: as emoções são um gatilho para o bem-estar da vida tranquila e a estetização das emoções é a concepção desta boa vida no ambiente digital, onde o que é visto (no palco) e o que é ocultado (atrás do palco) se misturam em um cotidiano fragmentado.

Por fim, levando em consideração nossos esforços aqui depreendidos, consideramos que pela perspectiva de concepção de pessoa estoica, a noção de pessoa é ainda capaz de produzir campos teóricos relevantes em novos contextos. Além disso, notadamente, o papel do consumo na contemporaneidade alcançou um caráter de descrição da pessoa que, coadunado com o ambiente digital, provoca o surgimento de novas identidades e novos símbolos dentro de novos processos de reestruturação social, econômica e política que são provocados pelo ambiente digital. O que se

apresenta na forma de um conjunto de ideias ligados a uma espécie de financeirização da economia baseada no desempenho, uma economia financeirizada que se move não mais a partir de uma produção em si, mas a partir de atividades sem lastros produtivos, como é o mercado das emoções.

## REFERÊNCIAS

- ASSMANN, Selvino José. Estoicismo e Helenização do Cristianismo. *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, v. 11, n. 15, p. 24-38, jan. 1999. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacfh/article/view/23812>. Acesso em: 28 out. 2020.
- BENEDETI, Miriam Cristina. *Livros de autoajuda: Os manuais de civilidade. Uma prática cultural híbrida e reflexiva da contemporaneidade*. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2011.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. Os fundamentos do conhecimento na vida cotidiana. *In: BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 2004. p. 35-68.
- BISPO, Raphael. Na corrente midiática da fé: comunicação de massa e dinâmicas contemporâneas do testemunho evangélico. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 24, n. 52, p. 249-277, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/zxZGsCJt489H3Ymg5pMbWQQ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 22 out. 2021.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRUNELLI, Anna Flora. *"O Sucesso em suas mãos": Análise do discurso de auto-ajuda*. 2004. Tese (Doutorado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.
- BUENO, Taynam Santos Luz. *Formação moral e ação política em Sêneca: entre o sábio e o princeps*. Orientadora: Maria das Graças de Souza. 2016. 207 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8133/tde-13122016-123217/pt-br.php>. Acesso em: 28 out. 2020.
- CARDOSO, Ana Cláudia Moreira. Organização e intensificação do tempo de trabalho. *Revista Sociedade e Estado*, Brasília, v. 28, n. 2, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/4Gfs5qPqFWbFn7Q7h85zFsp/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 mai. 2024.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. v. 1. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.
- COVEY, Stephan R. *Os 7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes: Lições poderosas para a transformação pessoal*. 14. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2009.
- CUNHA, Vanessa. Garota Estoica. 12 jul. 2021. *Telegram: Garota Estoica*. Disponível em: <https://t.me/garotaestoicaoficial/655>. Acesso em: 12 jul. 2021.
- DAL ROSSO, Sadi; CARDOSO, Ana Cláudia Moreira. Intensidade do trabalho: questões conceituais e metodológicas. *Revista Sociedade e Estado*, Brasília, v. 30, n. 3, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/RnpccFSrCBTFhVcpZWhqTLF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 13 mai. 2024.

DRUCK, Graça. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios?. *Caderno CRH*, Salvador, v. 24, n. 1, p. 37-57, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ccrh/v24nspe1/a04v24nspe1.pdf>. Acesso em: 29 out. 2020.

DRUCKER. Peter F. *O Gerente Eficaz*. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1990.

DUMONT, Louis. *O Individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.

DUMONT, Louis. Um estudo comparativo da ideologia moderna e do lugar que nela ocupa o pensamento econômico. In: DUMONT, Louis. *Homo aequalis: Gênese e plenitude da ideologia econômica*. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2000. p. 13-45.

DUMONT, Louis. *Homo Hierarchicus: O Sistema de Castas e Suas Implicações*. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

EPICTETO. O Manual de Epicteto: aforismos da sabedoria estoica. In: DINUCCI, Aldo; JULIEN, Alfredo. *Introdução ao Manual de Epicteto*. 3. ed. São Cristóvão, Sergipe: Universidade Federal de Sergipe, 2012. p. 15-37.

ESCOBAR, Arturo. Bem-vindos à Cyberia: notas para uma antropologia da cibercultura. In: RIFIOTIS, Theophilos; SEGATA, Jean (org.). In: *Políticas etnográficas no campo da cibercultura*. Joinville: Letradágua, 2016. p. 21-66. Disponível em: [http://www.portal.abant.org.br/publicacoes2/livros/Pol%C3%ADticas\\_Etnogr%C3%A1ficas\\_no\\_Campo\\_da\\_Cibercultura.pdf](http://www.portal.abant.org.br/publicacoes2/livros/Pol%C3%ADticas_Etnogr%C3%A1ficas_no_Campo_da_Cibercultura.pdf). Acesso em: 27 out. 2020.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-Modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FEATHERSTONE, Mike. *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Consumption*. Thousand Oaks, Califórnia: Sage Publications (Sage), 1995.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 2: O uso dos prazeres*. v. 15. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade 3: o cuidado de si*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

GERBER, Michael E. *O Mito do Empreendedor*. 1. ed. Curitiba: Fundamento, 2011.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

GOLDMAN, Marcio. Uma Categoria do Pensamento Antropológico: A Noção de Pessoa. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 83-109, 1996.

GOMES, Maria Terezinha Serafim. O debate sobre a reestruturação produtiva no Brasil. *Ra e Ga*, Curitiba, n. 21, p. 51-77, 2011.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do Cansaço*. Tradução: Enio Paulo Giachini. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2017.

HOLIDAY, Ryan. *O obstáculo é o caminho: A arte de transformar provações em triunfo*. 1. ed. Rio de Janeiro: Bicicleta Amarela, 2015.

HOLIDAY, Ryan; HANSELMAN, Stephen. *The Daily Stoic: 366 Meditations on Wisdom, Perseverance, and the Art of Living*. Nova York: Portfolio/Penguin, 2016.

HOLIDAY, Ryan. *O Ego é seu Inimigo: Como Dominar Seu Pior Adversário*. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar*. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

LE BRETON, David. *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

LEITÃO, Débora K.; GOMES, Laura Graziela. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. *Revista Antropolítica*, Niterói, n. 42, p. 41-65, 2017.

LEITE, Elaine da Silveira. Por uma sociologia da autoajuda: o esboço de sua legitimação na sociedade contemporânea. *História, Ciências, Saúde*, Rio de Janeiro, v. 26, n. 3, p. 917-932, jul./set. 2019.

LEITE, Elaine da Silveira; MELO, Natália Maximo e. Uma Nova Noção de Empresário: A naturalização do "empreendedor". *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, nov. 2008.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.

LINS, Beatriz Accioly; PARREIRAS, Carolina; FREITAS, Eliane Tânia. Estratégias para pensar o digital. *Cadernos de Campo*, São Paulo, v. 29, n. 2, 2020.

LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo Javier. *O ethos dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. 2004. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

LUPI, João Eduardo Pinto Basto. A escola de Alexandria como núcleo do Helenismo Cristão. *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, v. 11, n. 15, p. 11-23, 01 jan. 1994.

MACÊDO, Isis Larissa Nóbrega. *O Instagram como ferramenta de consumo de moda: Uma análise do papel das líderes de opinião para o comportamento de compra das adolescentes*. Orientadora: Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

MARCUS, George. Ethnography in /of the world system: the emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, v. 24, out. 1995.

- MARQUES, Monica Bernardo Schettini. A religião na complexidade contemporânea: Teologia da Prosperidade, Literatura de Autoajuda, Modernidade. *In: Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs)*, 37, 2013, Águas de Lindóia, São Paulo. *Anais*, Simpósios de Pesquisas Pós-Graduadas. Águas de Lindóia, São Paulo: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs), 2013. p. 1-20. Disponível em: <https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/37-encontro-anual-da-anpocs/spg-2/spg11-2/8726-teologia-da-prosperidade-literatura-de-autoajuda-modernidade/file>. Acesso em: 5 dez. 2020.
- MARTES, Ana Cristina Braga. Weber e Schumpeter: A ação econômica do empreendedor. *Revista de Economia Política*, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 254-270, abr./jun. 2010.
- MARTINS, Carlos Benedito. A contemporaneidade de Erving Goffman no contexto das ciências sociais. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 26, n. 77, p. 231-240, out. 2011.
- MAUSS, Marcel. *Uma categoria do espírito humano: a noção de pessoa, a de "eu"*. São Paulo: Ubu Editora, 2018.
- NEWMAN, Clay. *Mais Sêneca, menos Prozac*. 1. ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2015.
- NOVAK, Maria da Gloria. Estoicismo e epicurismo em Roma. *Letras Clássicas*, São Paulo, n. 3, p. 257-273, 1999.
- PAULI, Edelberto. Neoestoicismo e teoria do desengano em Periquillo el de las gallineras de Francisco Santos. *Abehache*, São Paulo, ano 4, n. 6, p. 74-95, jan./jul. 2014.
- PESSANHA, José Américo Motta. Epicuro, Lucrecio, Cícero, Sêneca, Marco Aurélio: vida e obra. *In: PESSANHA, José Américo Motta (org.). Epicuro, Lucrecio, Cícero, Sêneca, Marco Aurélio: os pensadores*. 3. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1985. p. 7-27.
- PIZA, Mariana Vassallo. *O Fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica*. Orientador: Michelangelo Giotto Santoro Trigueiro. Monografia (Bacharel em Ciências Sociais) – Universidade de Brasília, Brasília, 2012.
- PODCAST DA GAROTA ESTOICA: Episódio número 2 – O nosso valor|segundo a sabedoria Estoica. [Locução de]: Van Cunha. [S.l.]: Garota Estoica, 23 set. 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://anchor.fm/garotaestoica/episodes/Episdio-2-O-nosso-valor---segundo-a-sabedoria-Estoica-ejohnu>. Acesso em: 30 set. 2020.
- PODCAST DA GAROTA ESTOICA. Estoicismo e Autocontrole nas finanças. [Locução de]: Vanessa Cunha. Entrevistadora: Vanessa Cunha. Entrevistado: Rodrigo Lima. [S.l.]: Podcast da Garota Estoica – Episódio 26, 14 abr. 2021. *Podcast*. Disponível em: <https://anchor.fm/garotaestoica/episodes/Episdio-26---Estoicismo--autocontrole-nas-finanas-eutvll>. Acesso em: 19 abr. 2021.
- REALE, Giovanni. *Filosofias helenísticas e epicurismo*. São Paulo: Edições Loyola, 1994.
- REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. O Estoicismo. *In: REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. História da filosofia: filosofia pagã antiga*. v. 1, São Paulo: Paulus, 2003. p. 279-300.

REZENDE, Cláudia Barcellos; COELHO, Maria Claudia Pereira. *Antropologia das emoções*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

RIVAYA, Pablo. Livro da Semana. Instagram. s/l. 20 out. 2020.

ROSALDO, Michele Zimbalist. Em direção a uma antropologia do self e do sentimento. *RBSE Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, v. 18, n. 54, pp. 31-49, dez. 2019.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Nova Cultural Ltda, 1997.

TASCA, Mariana Goron. *A boa morte nas cartas a Lucílio de Sêneca*. Orientador: Marcelo Perine. 2015. 80 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Filosofia) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

THE FORUM: Calm in the chaos: The story of the Stoics. Entrevistadora: Bridget Kendall. Entrevistados: Massimo Pigliucci, Nancy Sherman e Donald Robertson [S.l.]: BBC Sounds, 01 Nov 2018. *Podcast*. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/sounds/play/w3cswpsw>. Acesso em: 20 out. 2020.

USSHER, Patrick. *O Estoicismo Hoje: Sabedoria Antiga para a Vida Moderna*. Teaneck- NJ: Babelcube Inc., 2015.

VERNANT, Jean-Pierre. *Entre Mito e Política*. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

WEBER, Max. *Economia e Sociedade: Fundamentos da sociologia compreensiva*. v. 2, São Paulo: Editora Universidade de Brasília, 1999.

WEBER, Max. *A ética protestante e o "espírito" do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEBER, Max. *Conceitos sociológicos fundamentais*. Covilhã: LusoSofia Press, 2010.

WHITE, Leslie. On the use of tools by primates. *Journal of Comparative Psychology*, n. 34, 1942, p. 370-4.

## APÊNDICE A – Print Screen da comunidade Vida Estoica no Telegram

Prezados,

é uma pena ver que muitas pessoas limitam o Estoicismo à dicotomia do controle, consideram-se Estoicas mas são incapazes de olhar para o lado.

Quando digo olhar para o lado refiro-me à capacidade de percepção da existência e importância dos demais seres humanos e ação em benefício do todo.

Aqueles que colocam suas vontades egoístas acima de tudo e todos e ignoram o bem comum fazem exatamente o oposto do que foi promovido pelos Estoicos.

Não há Estoicismo sem a percepção e prática de que, como dito por Marco Aurélio, nascemos para a contribuição mútua.

Quer saber se você realmente tem feito algum progresso na vivência da filosofia Estoica?

Então preste atenção se você olha para o lado e pensa no outro apenas como objeto de benefício pessoal ou como ferramenta de comparação para aumento do seu ego, ou se, como sugerido pelos Estoicos, percebe-se como parte fundamental que opera para a contribuição do conjunto.

340 👁 edited Jul 12 at 20:12