

# Neoliberalismo e mercado místico:

o “Despertar” mobiliza o discurso autoempreendedor

Paula Telles de Menezes Faro<sup>1</sup> e  
Bruna Luiza de Camillo Allegretti<sup>2</sup>

## Resumo

Este artigo investiga as aproximações entre o discurso da espiritualidade mística, centrado no significante “despertar”, e o discurso neoliberal, que tece a imagem do “empreendedor de si”. Partindo das críticas ao neoliberalismo de Safatle (2019; 2021), Brown (2019), Dardot e Laval (2016) e Fontenelle (2005; 2017; 2021), e dos estudos de Arjana (2020) sobre o mercado místico, trabalhamos com a hipótese de que o movimento de desenvolvimento pessoal e de investimento em um “capital espiritual” faz parte da racionalidade do “eu empresa” e de sua lógica de autorregulação e autoaperfeiçoamento. Consequência da perda de perspectiva e da insegurança social gerados pelo próprio sistema capitalista, o misticismo moderno, ao buscar uma saída ao sofrimento, acaba por reforçar sua lógica, alimentando o consumo de produtos, de serviços, de um estilo de vida e uma identidade espiritualizados. Como metodologia de análise, além da revisão bibliográfica citada, utilizaremos a Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe (2015). Como caso concreto, analisaremos como o “Despertar” aparece no discurso vinculado a Sri Prem Baba, guru brasileiro que ficou conhecido por seu método de autoconhecimento chamado de “o caminho do coração” e que foi alvo, em 2018, de denúncias de assédio sexual, abuso de poder e enriquecimento às custas das doações de praticantes.

## Palavras-chave

Neoliberalismo; Mercado místico; Orientalismo; Despertar; Sri Prem Baba.

<sup>1</sup> Doutora pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP e pesquisadora do Centro de Estudos Orientais.  
E-mail: paula.faro@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. E-mail: brunalcallegretti@gmail.com.

# Neoliberalism and mystical market:

“Awakening” mobilizes self-entrepreneurial discourse

Paula Telles de Menezes Faro<sup>1</sup> and  
Bruna Luiza de Camillo Allegretti<sup>2</sup>

## Abstract

This paper investigates the similarities between the discourse of mystical spirituality, centered mainly on the significant of “awakening”, and the neoliberal discourse, based on the image of the “self entrepreneur”. Starting from Safatle’s (2019; 2021), Brown (2019), Dardot and Laval (2016) and Fontenelle’s (2005; 2017; 2021) critiques of neoliberalism, and Sophia Arjana’s (2020) studies on the mystical marketplace, we work with the hypothesis that the movement of personal development and investment in a “spiritual capital” is part of the rationality of the “I company” and its logic of self-regulation and self-improvement. As a result of the loss of perspective and social insecurity generated by the capitalist system itself, modern mysticism, when seeking a way out of suffering, ends up reinforcing its logic, feeding the consumption of products, services, a spiritualized lifestyle and identity. As analysis methodology, in addition to the bibliographic review mentioned, Laclau and Mouffe’s (2015) Discourse Theory will be used. As a specific case, we will analyse how “Awakening” appears in the discourse linked to Sri Prem Baba, a Brazilian guru who became known for his method of self-knowledge called “the path of the heart” and who was the target, in 2018, of sexual harassment allegations, abuse of power and enrichment at the expense of practitioners’ donations.

## Keywords

Neoliberalism; Mystical marketplace; Orientalism; Awakening; Sri Prem Baba.

<sup>1</sup> Doutora pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP e pesquisadora do Centro de Estudos Orientais.  
E-mail: paula.faro@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. E-mail: brunalcallegretti@gmail.com.

## Introdução

Com marco em 1947, na Sociedade *Mont Pèlerin* – reunião de filósofos, políticos e economistas que cunhou sua nomeação –, o neoliberalismo surgiu, nos termos foucaultianos, como uma dramática “reprogramação do liberalismo” (BROWN, 2019). Mais do que um modelo econômico, pode ser compreendido como um projeto político-moral “que visa proteger as hierarquias tradicionais negando a própria ideia do social e restringindo radicalmente o alcance do poder político democrático” (BROWN, 2019, p. 23). Para tanto – e esse é um ponto fundamental para compreendê-lo –, firma-se também como uma racionalidade, que tem como principal característica a concorrência como norma de conduta e a empresa como modelo de subjetivação (DARDOT; LAVAL, 2016). Assim, é possível entender o neoliberalismo como a razão do capitalismo contemporâneo (BROWN, 2019).

A ideia de uma racionalidade política, explicam Dardot e Laval (2016), que serve de base para a forma como os autores enxergam o projeto neoliberal, vem das pesquisas de Foucault sobre governamentalidade, ou seja, sobre os “tipos de racionalidade que são empregados nos procedimentos pelos quais se dirige [...] a conduta dos homens” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 17). Nesse caso, podemos compreender “governo” não como instituição, mas como atividade de governar, como a forma pela qual os homens (que fazem ou não parte de um governo no sentido institucional) dirigem a conduta de outros homens. Governar, nesse sentido, não tem necessariamente relação com um ato disciplinar – e isso fica claro especialmente no neoliberalismo e com o surgimento do chamado 3º espírito do capitalismo.

Diante das “críticas estéticas” que se desenrolaram no fim dos anos 1960 e começo da década de 1970, reivindicando mais liberdade e autonomia (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2020), em oposição ao modelo rígido do capitalismo fordista e da empresa hierarquizada, o novo liberalismo se recriou assimilando a demanda de flexibilidade e de horizontalidade, passando da primazia da corporação tradicional burocrática para a da “empresa de si”, do autoempreendedorismo, no qual os sujeitos internalizam o modelo da empresa como forma de conduzir as diversas áreas da vida.

O “autogoverno”, analisado por Foucault, fica em evidência nessa forma de relação consigo mesmo, em que as “técnicas de si” se unem às técnicas de dominação (DARDOT; LAVAL, 2016). Trata-se de um tipo de governo, explicam os autores, que requer a liberdade, já que governa por meio dela, agindo “ativamente no espaço de liberdade dado aos indivíduos para que estes venham a conformar-se por si mesmos a certas normas” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 19).

Nesse sentido, Safatle (2019) reflete como o neoliberalismo, enquanto regime de gestão social e produção de formas de vida, foi implementado com base em uma psicologia do indivíduo neoliberal, com sua estrutura de afetos e sua economia

libidinal. Fazendo um breve levantamento histórico, o autor explica que, diante do desmantelamento do estado de bem-estar social, com regimes de trabalho maiores e garantias salariais cada vez menores, tornava-se difícil para a sociedade capitalista manter sua coesão social e a adesão psicológica dos indivíduos com base no modelo protestante em que ócio e prazer são desvirtuosos e o trabalho é moralmente benéfico ao ser humano.

Não só a crítica estética pressionava em sentido oposto, como mencionado anteriormente, mas a própria insegurança social despertava insatisfação com essa lógica, já que o trabalho não era mais garantidor de uma vida digna. A ascensão da sociedade de consumo, com crescimento exponencial da circulação de novos e variados bens, também requeria a superação do “trabalhar e poupar”, com uma forma de lidar com as pulsões em que o desejo de comprar fosse permitido e incentivado. Uma lógica de satisfação parcial, mas nunca plena, das pulsões era necessária para manter a engrenagem capitalista em funcionamento (FONTENELLE, 2017).

Assim, as dinâmicas repressivas, explica Safatle (2019), deram lugar ao “ideal empresarial de si”, em que as próprias motivações para o agir – na vida, não só no trabalho –, que poderiam ser direcionadas a atividades improdutivas do ponto de vista do capital (como a arte ou a mobilização política), são assimiladas por esse novo papel socioeconômico e por uma nova forma de gerir conflitos psíquicos.

Safatle (2019) esclarece que essa mudança no discurso capitalista teve início com a humanização do modelo empresarial, em que as próprias corporações criaram uma “zona intermediária entre técnicas de gestão e regimes de intervenção terapêutica, com um vocabulário entre a administração e a psicologia” (SAFATLE, 2019, p. 109). O autor explica como termos, tanto morais quanto psicológicos, passam a “colonizar” as múltiplas esferas da vida por meio do discurso econômico (SAFATLE, 2021). O sujeito empreendedor de si passa a se observar e a se autorregular, buscando não só sua melhor performance profissional, mas “sua melhor versão”, termo comum no universo do desenvolvimento pessoal. A intensificação do desempenho e da performance se transformou em modo subjetivo de gozo.

Para isso, explica Safatle (2021), foi necessário internalizar um trabalho de constante vigilância e controle, com autoavaliação de si baseada em critérios do mundo da administração de empresas. Os conflitos são traduzidos em termos de custos e benefícios, com a “destituição completa da gramática do conflito e da contradição objetiva” (SAFATLE, 2021, p. 25). Para isso, esclarece o autor, tratava-se de “levar sujeitos a não se verem mais como portadores e mobilizadores de conflitos estruturais, mas como operadores de performance, otimizadores de marcadores não problematizados” (SAFATLE, 2021, p. 25).

Assim, as ações seguem a “lógica de investimento e retorno de capitais” e os afetos são “objetos de um trabalho sobre si tendo em vista a produção de ‘inteligência emocional’ e a otimização de suas competências afetivas” (SAFATLE, 2019, p. 109). Nesse

sentido, a própria noção de desenvolvimento espiritual, que não tem necessariamente relação com religiões institucionalizadas, pode ser entendida como investimento em um “capital espiritual”.

Já do ponto vista do consumo, Fontenelle e Pozzebon (2021) vão refletir sobre a emergência do cidadão como consumidor no atual momento da sociedade capitalista, uma espécie de substituição da cidadania como era originalmente compreendida (como um conjunto de direitos, responsabilidades e formas de participação social) por uma na qual o ato de consumir e a relação de consumo são protagonistas. Fazendo um retrospecto dos estudos a esse respeito e indicando a lacuna que ainda há nas perspectivas críticas, as autoras relembram as primeiras abordagens que pensavam o consumidor e suas escolhas de consumo ou as críticas a práticas abusivas de mercado. Tratava-se de pensar o cidadão-consumidor ou o consumidor-cidadão. A nomenclatura não é só uma escolha: pensar o cidadão que consome ou o consumidor que também é cidadão não problematiza o contexto atual no qual o cidadão se relaciona com o estado e o domínio público a partir da perspectiva privada do consumo – por isso, as autoras defendem o uso de “cidadão como consumidor” (FONTENELLE; POZZEBON, 2021).

Dentre as implicações políticas e sociais dessa configuração, as autoras questionam as limitações em termos de mudanças em prol de um bem-estar coletivo quando o ativismo dos indivíduos se estabelece em torno do consumo. A ideia de consumir produtos mais naturais ou *cruelty free*, por exemplo, que se tornou tendência bastante midiaticizada, pode ser questionada sob essa perspectiva. Esse é um movimento que permeia o mercado místico e que corrobora com a manutenção de uma cultura do consumo – ainda que este se dê em outros termos. Como as democracias ocidentais foram redefinidas pela lógica neoliberal, explicam Fontenelle e Pozzebon (2021), e como o consumidor é a forma neoliberal de cidadania, espécie de “forma ideal” desse sistema, o indivíduo passa a buscar no mercado a solução dos seus problemas. Veremos como isso ocorre no mercado místico, em que certos tipos de produtos e serviços, além de um certo estilo de vida, é consumido muitas vezes para suprir um lugar de insegurança, solidão ou sofrimento – causado pela própria hegemonia do capitalismo.

É importante lembrar, ainda, que a liberdade em termos liberais, ou seja, a liberdade de consumir e a autonomia nas formas de trabalho, incorporação da crítica estética pelo neoliberalismo, que agora exhibe sua flexibilidade, não chega aos mais pobres. Fontenelle e Pozzebon (2021) comparam esse cidadão como consumidor ao membro de um clube. Nem todos os indivíduos têm a mesma voz: aqueles que podem escolher e pagar têm determinado acesso, enquanto muitos seguem com acesso restrito – e com a primazia do privado e a precarização do público, muitas vezes sem nenhum acesso. Além da privação a serviços básicos, quem não pode pagar só se sente cidadão quando consegue consumir, já que o Estado se relaciona com os

indivíduos pela via do consumo.

Assim, perpetua-se a lógica neoliberal. Podemos acrescentar a isso o fato de que a suposta autonomia é questionável: quando um serviço de carro por aplicativo, por exemplo, exhibe a possibilidade de seus “colaboradores” fazerem o próprio horário, mas paga a eles uma quantia ínfima, sem nenhum direito a descanso, férias ou cobertura a acidentes e imprevistos, a necessidade de trabalhar longas jornadas para receber um salário que supra as demandas básicas tomam o lugar da possibilidade de escolha do tempo de trabalho.

Além da questão do consumo, Fontenelle (2005) investiga também o que chama de “trabalho da ilusão” no capitalismo contemporâneo. Buscando entender a subjetividade que corresponde à “sociedade das imagens”, a autora explora como hoje estamos numa espécie de primazia da imagem, em que esta não tem necessariamente relação com um produto, como podemos ver no consumo de imagens em redes sociais como o Instagram. A força da imagem, explica a autora, passa a ser uma força produtora de valor.

Partindo do conceito marxista de “fetichismo da mercadoria”, Fontenelle (2005) pensa o “fetichismo da imagem” como um recrudescimento do primeiro, já que é uma espécie de fetiche sem a mercadoria. Esse processo estaria relacionado também à atual “economia do acesso”, em que a propriedade é substituída pelo acesso e o que se vende é a experiência, mais do que um produto. A autora explica que esse consumo da experiência já se desenvolve há um tempo, mas, hoje, o que se vê é a hegemonia da experiência por si só. Assim, “já não é mais necessário ater-se à propriedade dos bens que se queira gozar. Basta acessá-los e pagar por isso o preço do serviço” (FONTENELLE, 2005, p. 6).

Podemos encontrar alguns exemplos em serviços de carros por assinatura, que oferecem a possibilidade de ter um carro zero todo ano, ou nas plataformas de *streaming*. Já não é necessário ter a posse do carro ou baixar/comprar um filme, basta pagar uma mensalidade para usufruir desses produtos. A relação entre economia do acesso, valor da experiência e fetichismo da imagem, desenvolvida pela autora, nos leva à questão da ilusão. Ocorre que a nova configuração sociocultural pela imagem gera uma exposição absoluta da ilusão e a produção de valor é manejada na organização social de ilusão, que se torna um modo social de produzir.

Partindo do pensamento de Freud, Fontenelle (2005) elabora: o sujeito sabe que consome ilusões, mas age como se não soubesse, tornando-se parte de uma economia do acesso cuja hegemonia é o consumo da experiência, ou seja a:

[...] busca por experiências psicoespirituais e pela ressensibilização do corpo (pela via sensorial), seja em que campo mercadológico for. Portanto, seja mediante o acesso (sem que ocorra a propriedade do serviço), ou através da compra de alguma mercadoria, o que está em jogo é o “valor da experiência”, especialmente atrelada a uma experiência psicoespiritual ou sensorial. (FONTENELLE, 2005, p. 9)



Do ponto de vista da psicanálise, é possível compreender essa busca como um movimento de reencontro com desejos e pulsões intrínsecas ao sujeito, que passam pela conexão com o corpo e que requerem o contato com ambiguidades e zonas de indeterminação, nos termos de Safatle (2019). Ocorre que a apropriação da experiência do corpo pelo neoliberalismo, direcionada a mercados como o místico, que veremos a seguir, obedece aos preceitos identitários e ao consumo de um estilo de vida, o do “Despertar”, por exemplo.

## Mercado místico

Sophia Rose Arjana, em *Buying Buddha, Selling Rumi – Orientalism and the mystical market place*, define e investiga o que chama de “mercado místico”, pensando nos discursos orientalistas e capitalistas que recriam um oriente imaginado e exotizado a partir da descontextualização de práticas e elementos provenientes de culturas e religiões como o islamismo, o budismo e o hinduísmo. Para ela, convivemos hoje com uma espiritualidade mística, definida como a procura por sentido na modernidade fora da religião institucionalizada, que envolve também a busca de benefícios para a saúde física, emocional e psicológica do indivíduo através do uso de práticas religiosas (ARJANA, 2020).

A autora entende essa espiritualidade como fruto de relações coloniais, explícita nessa relação com o oriente pautada na experiência ocidental (especialmente estadunidense e europeia), e como uma pretensa resposta ao que chama de “problemas da modernidade”, como a falta de sentido, de uma certa “magia” que mobilize o agir – sendo muitos deles frutos do sistema capitalista. O discurso orientalista é formado pelos poderes político, intelectual, cultural e moral, constituindo-se como um conhecimento ontologicamente inalterável que opera sobre e torna-se o objeto mesmo (SAID, 2018). O conhecimento é administrado pela sociedade, diz Said (2018, p. 79), “é regulado primeiro pelos interesses locais de um especialista, mais tarde pelos interesses gerais de um sistema social de autoridade”.

As próprias representações visuais na mídia contemporânea, explica Arjana (2020), reforçam a base orientalista da imaginação ocidental. Junto à argumentação de Said (2018), a autora nos lembra como, nesse processo, o Oriente fictício se torna o verdadeiro Oriente na mente do colonizador. Arjana (2020) chama de *muddled orientalism* o discurso que permeia essa abordagem, que não só é orientalista, conforme definição de Said (2018), mas também envolve um *mix* de elementos, apresentando-se no mercado por meio das chamadas “práticas holísticas”, do turismo místico, da venda de produtos ou serviços relacionados à *yoga*, à *ayurveda*, ao *fitness* espiritualizado, entre outros. Trata-se, ainda, de um imaginário orientalista reforçado pela mídia contemporânea, por celebridades e influenciadores digitais.

Assim, explica Arjana (2020), o processo de colonização do qual parte o

misticismo moderno caracteriza-se por uma mistura de imagens, termos e coisas de um oriente imaginado; além de partir de um “colonialismo cultural”, definido como a captura da cultura, da religião ou tradição do outro sem que se faça referência a ela, se participe ou se identifique com ela. As consequências dessa apropriação podem ser violentas tanto às pessoas que participam quanto às próprias religiões, como é possível ver em escândalos sexuais envolvendo gurus como Prem Baba – fatos que envolvem, ainda, um orientalismo generificado, em que há forte identificação da autoridade religiosa com a masculinidade e em que a relação de poder se dá com base no recorte de gênero.

Junto a isso, conceitos do hinduísmo, budismo e islamismo, como *dharma*, *karma* e *moksha* são simplificados, descontextualizados e apropriados equivocadamente, sujeitando essas religiões a regimes de poder.

No mercado místico, esse imaginário e seus símbolos religiosos tornam-se ferramentas para vender produtos, que apresentam ao consumidor a promessa de respostas para os sofrimentos da vida e os problemas da modernidade. É possível relacionar esse ponto ao que Safatle (2021) entende como a gestão do sofrimento psíquico própria do neoliberalismo, que muitas vezes inclui medicalização e uma negação dos conflitos intrínsecos ao indivíduo, mas que pode incluir também o apelo a uma solução transcendental. Para o autor, a racionalidade neoliberal requer um modo específico de lidar com o sofrimento e o mal-estar. A gestão da vida no modelo da empresa, com suas decisões, riscos, custos e benefícios, estabelece uma vida psíquica no interior do liberalismo, que nos termos de Butler (2017) poderíamos entender como “a vida psíquica do poder”, incluindo premissas sobre o sofrimento psíquico e indicações de tratamento. Por isso, é preciso considerar o

[...] neoliberalismo não apenas como uma teoria sobre o funcionamento da economia, desenvolvida entre 1930 e 1970, por Von Mises, Hayek, Friedman e Becker, mas também como uma forma de vida definida por uma política para a nomeação do mal-estar e por uma estratégia específica de intervenção com relação ao estatuto social do sofrimento. Essa forma de vida articula moral e psicologia, economia e direito, política e educação, religião e teologia política, propondo um tipo de individualização baseado no modelo da empresa. (SAFATLE; SILVA JUNIOR; DUNKER, 2021, p. 11)

A saída mística, com comoditização do imaginário budista, islâmico e hindu pelo misticismo moderno, está diretamente conectada com as ideias de saúde e bem-estar da cultura ocidental. Por isso, práticas corporais ligada à filosofia oriental, como o *yoga* e o *tai chi chuan*, tornam-se, no ocidente, ginástica, exercício para fortalecimento muscular ou para o equilíbrio físico e psíquico. Essas experiências satisfazem, ainda, a necessidade de as pessoas escaparem do estresse da vida moderna através da vivência e dos sentidos, algo já apontado na tendência às experiências psicoespirituais detectada por Fontenelle (2005).

Junto às experiências, ou à chamada “economia do acesso”, vinculam-se



produtos e imagens, como também destaca a autora ao analisar o fetichismo da imagem. No caso do mercado místico, explica Arjana (2020), Buda, Flor de Lótus, Rumi ou Shiva tornam-se significantes flutuantes, que contribuem, ainda, ao turismo místico, a programas *fitness*, filmes e histórias em que o oriente existe como um lugar exótico. Essa estética, mistura de imaginários de lugar nenhum, serve à mercantilização das religiões orientais, que são rearticuladas e vendidas como verdades, tornando-se capitais. Para o indivíduo que consome, vão compor seu “capital espiritual”.

Arjana (2020) explica que exemplos como os festivais *Hanuman* e *Burning Man*, bastante conhecidos nos EUA, explicitam a forma como o misticismo moderno se insere no mercado, oferecendo a seus participantes um local onde possam se transformar a partir da experiência do “Despertar”, seja através de práticas como o *yoga*, do *ayurveda* ou da música, nutrindo-se da conexão de uma comunidade colaborativa. “Despertar” é um significante-chave nesse discurso e costuma ser usado como uma espécie de “momento de virada” na evolução pessoal e espiritual, o momento em que se admite e se investe no capital espiritual.

A “jornada do despertar”, nesse sentido, é um caminho de evolução não muito diferente daquele que prega o discurso do sucesso financeiro e profissional: um caminho ascendente, de autoaprimoramento. Da mesma forma, explica Arjana (2020), palavras como espiritualidade, espírito e espiritualismo são códigos para o misticismo, em uma abordagem ampla e “holística” que vai além da religiosidade e é sustentada pela força criativa do orientalismo.

Assim, o misticismo moderno, sob a influência do capitalismo, é um projeto que inclui o autoaperfeiçoamento e a pretensão a novas identidades, fazendo da comodificação do corpo um elemento fundamental dessas práticas (ARJANA, 2020). Une-se a isso a cultura midiaticizada das celebridades e do *fitness*, especialmente nas redes sociais digitais, em que praticantes ou até *coachs* do desenvolvimento pessoal tornam-se influenciadores digitais. A mistura de indústria terapêutica e negócio de religiões, explica Arjana (2020), oferece aos consumidores um estilo de vida místico, pautado em uma estética oriental.

Diante dessa reflexão, o problema, para Arjana (2020), não é a constatação da perda da magia que um dia habitou o mundo e que move as pessoas, nem a busca pelo deslumbramento que ainda é proporcionado pelo oriente – isso é dado. A questão seria explicitar como a força do orientalismo, um legado histórico ainda presente, se manifesta e está sujeita ao poder hegemônico do capitalismo.

## Prem Baba e o “Despertar”

Escolhemos Sri Prem Baba para ilustrar a reflexão teórica proposta por se tratar de um guru brasileiro cuja trajetória foi exposta midiaticamente graças a

diversas acusações de abuso sexual e abuso de poder. O líder, cujo nome de batismo é Janderson Fernandes de Oliveira, começou sua trajetória em 1999 [2], ocasião em que havia deixado a faculdade de Psicologia e dedicava-se a uma clínica de terapias alternativas, como massoterapia e acupuntura. Após passar um período na Índia aprendendo com um guru da linhagem hinduísta *Saccha*, voltou como Sri Prem Baba (“Prem”, em sânscrito, seria “amor divino”, e “Baba”, “pai”).

Com sua ascensão enquanto guru, especialmente por sua proximidade com celebridades como Bruna Lombardi e Reynaldo Gianechini, Prem Baba criou grandes espaços para retiros no Brasil, um deles em Alto Paraíso de Goiás, local bastante conhecido pelo turismo místico, e outro em Nazaré Paulista. *Awaken love*, ou Despertar do Amor, foi o nome dado à sua marca. Como mostra reportagem da Época de 2018, momento em que os escândalos sexuais vieram à tona, o patrimônio de Janderson Oliveira, em pouco mais de duas décadas, passou a englobar uma rede complexa de empresas, dentro e fora do país, sendo, à época, proprietário ou sócio de oito empresas no Brasil e de uma empresa de turismo na Índia. Hoje, ao buscar por *Awaken love*, não é mais possível encontrar as empresas do guru. Possivelmente, seu *branding* foi redesenhado após a exposição midiática negativa para tentar reverter a crise.

Atualmente, Prem Baba possui 180 mil seguidores no Instagram e se identifica como: “Mestre espiritual, escritor *best-seller* e professor na @djaago Academia do Despertar” [3]. Como consta na descrição, hoje o guru está vinculado explicitamente apenas à Djaagô, que se apresenta como “portal de conhecimento construído a partir da metodologia de autotransformação criada por Sri Prem Baba” [4]. O método do líder, de acordo com a reportagem, mistura “psicologia, experiências da ayahuasca na linha cristã do santo-daime, práticas de ioga e lições de mestres orientais” (DAL PIVA, 2018, On-line).

Examinaremos como o significante “despertar” aparece na comunicação de Prem Baba e suas empresas e como se estabelece a relação entre o significante e o imaginário de autoaprimoramento. Localizamos a palavra, de início, na apresentação do site, como assinatura e *slogan* da empresa: “Djaagô Academia do Despertar – Comprometa-se com o seu despertar”. A escolha do termo “academia” pode ser entendida como uma tentativa de validação desse discurso pelo conhecimento científico ocidental, bem como uma busca por desassociar a sua figura deste misticismo que ficou marcado pelas acusações.

Da mesma forma, sua imagem passou de um guru indiano de bata, barba e cabelos longos, para a de um professor de aspecto minimalista que nos lembra Steve Jobs ou um empreendedor alternativo de *start-ups*. A ideia de comprometer-se com o próprio despertar remete à lógica de autorresponsabilização do indivíduo sob a hegemonia neoliberal, em que a cura para o sofrimento deve ser encarada como uma questão individual, para a qual o mercado místico oferece soluções, como os cursos,

palestras e retiros de Prem Baba. Por uma assinatura que custa, atualmente, R\$ 197 reais por mês, é possível ter acesso a todo o conteúdo do guru. Dentre o que consta no site como “o que você vai receber?” (ao assinar), lê-se ainda: “experiência de conexão sistêmica com ensinamentos profundos e desmistificados que promovem a autotransformação e autonomia no processo de expansão da consciência e despertar” e ainda “chegou a hora de você saber de você”.

Analisando mais a fundo os termos, dentro do paralelo teórico traçado anteriormente, enquanto “experiência” e “conexão” se relacionam com a busca pelas experiências psicoespirituais e de comunidade, conforme apontado por Fontenelle (2005), a ideia de “autotransformação” e “autonomia” faz coro com a lógica neoliberal de autoaperfeiçoamento em prol de uma evolução pessoal. Nesse caso, a tradicional ideia de “sucesso” é substituída pelo “despertar” e esta passa a funcionar como significante vazio que amarra o discurso.

Laclau e Mouffe (2015) chamam de “ponto nodal” esse conceito que, ao costurar certo discurso, atribui sentido aos outros significantes inclusive retroativamente, sendo uma espécie de cola simbólica da articulação discursiva. Neste caso, o discurso místico-empregador de Prem Baba tem, no despertar, a chave de construção simbólica na qual autoaprimoramento e investimento no *self* espiritualizado, ou seja, acúmulo de capital espiritual, equivale a uma espécie de evolução moral. Nesse sentido, a autonomia ainda responde ao que vimos das críticas estéticas assimiladas pela reprogramação liberal, em que a flexibilidade e a possibilidade de traçar seu próprio caminho aparece como um grande diferencial perante a rigidez dos sistemas anteriores – e, nesse caso, inclusive perante à rigidez das religiões institucionalizadas, como o catolicismo.

Apesar de Prem Baba esclarecer, em seu site pessoal, que “o despertar espiritual não significa isolamento, mas a consciência e a atenção de estar presente em todas as tarefas que realizamos” [5], o guru não opõe “isolamento” a “coletividade” ou “comunidade”, o que poderia levar a uma lógica diferente do individualismo liberal. Assim, o “despertar” fica também a cargo de hábitos individuais: as “atividades que realizamos”, desde que realizadas com “consciência” – significante vazio também bastante presente no discurso da espiritualidade mística, espécie de “ética” de vida que, entretanto, segue no foro privado. Não surpreende que, sob a hegemonia neoliberal, os discursos de grande visibilidade no campo da espiritualidade obedeçam aos mesmos preceitos. Isso porque, como nos lembra Safatle (2021), trata-se de um sistema como efeitos produtivos, tanto de formas de vida quanto da gestão do sofrimento.

A força do neoliberalismo é performativa. Ela não atua meramente como coerção comportamental, ao modo de uma disciplina que regula ideais, identificações e visões de mundo. Ela molda nossos desejos, e, nesse sentido, a performatividade neoliberal tem igualmente efeitos ontológicos na determinação e produção do sofrimento. Ela recodifica identidades, valores e modos de vida por meio dos quais os sujeitos realmente modificam a si próprios, e não apenas o que eles representam de si próprios. (SAFATLE, 2021, p. 11)

Ao defender que os modelos socioeconômicos são modelos de governo, como já havia antecipado Foucault, Safatle (2021) aponta para as formas de gestão social de subjetividades, que, como dito anteriormente, instauram “modos subjetivos de autorregulação” (SAFATLE, 2021, p. 33). Tal autorregulação, espécie de “subjetividade própria a um esportista preocupado com performances” (SAFATLE, 2021, p. 11), aparece no caminho da evolução espiritual.

Soma-se à dinâmica de autoaperfeiçoamento uma relação guru-discípulo que é ainda mais delicada em um país como o Brasil, cuja tradição colonial e a tendência ao messianismo (cf. DELLA CAVA, 1975) tendem a alçar “mestres” (sempre no masculino) à posição de detentores de verdades absolutas. Assim, apesar de não surpreender, uma questão se mostra problemática: diferentemente do discurso do “sucesso”, que não promete a “cura” do sofrimento nem se autointitula moralmente elevado, o discurso da espiritualidade mística se apresenta como isento de ambição, moralmente virtuoso e estabelece, ainda, uma relação com a crença de seguidores que envolve uma dinâmica de poder – que inclusive explica tantos abusos psicológicos e sexuais.

## Considerações Finais

Buscamos, no presente artigo, traçar aproximações entre o neoliberalismo e o chamado “mercado místico”. Com a hipótese de que o movimento de desenvolvimento pessoal e de investimento em um “capital espiritual” faz parte da racionalidade do “eu empresa” e de sua lógica de autorregulação e autoaperfeiçoamento, iniciamos nossa exposição retomando o surgimento do projeto neoliberal, bem como sua atuação enquanto racionalidade, ligada aos estudos de governamentalidade empreendidos por Foucault.

Além de modo de governo, no sentido de condução da ação de outros homens, o neoliberalismo instaura também novos modos de reconhecer e pleitear cidadania com base no consumo e no modelo da empresa e do acesso. Enquanto discurso, articula a racionalidade autoempreendedora como modo de agir no sistema visando sucesso e ascensão – no caso do nosso objeto, ascensão espiritual.

Para relacionar os estudos sobre neoliberalismo com a ideia de uma espiritualidade mística, trouxemos a pesquisa de Arjana (2020), que trata do mercado místico enquanto produto e produtor de um orientalismo confuso, que recria um oriente segundo experiências colonizadoras ocidentais e o faz de maneira opaca e

“confusa”, em uma espécie de mosaico de elementos e termos descontextualizados, como Buddha, Rhumi, flor de lótus, *kharma*, *dharma* e o próprio “despertar”, se pensarmos em nosso objeto. Tais elementos simbólicos, para além de apropriação cultural, tecem uma cadeia significativa, reconstruindo um oriente exótico para vender no mercado místico global, que se manifesta com especial relevância no ocidente com a hegemonia capitalista e, podemos dizer, mais ainda na periferia ocidental, em países como Brasil e na América Latina, que, diante de altos níveis de desigualdade e desemprego do Estado, recorrem ao misticismo moderno como o fazem com a religião, à procura de acolhimento, suporte e pertencimento. Com a perda de direitos trabalhistas em prol de uma suposta autonomia de trabalho e com o fim do estado de bem-estar social, o sistema neoliberal deixa a cargo da religiosidade e da família (núcleo privatizado da vida coletiva) a função de amparar o cidadão-consumidor. Escolhemos para ilustrar nossa argumentação o caso de Sri Prem Baba, guru brasileiro que ficou conhecido por seu método de autoconhecimento chamado de “o caminho do coração” e por sua marca *Awaken Love*, ou Despertar do Amor, em tradução livre, mas que foi alvo de diversas acusações de abuso sexual, de poder e lavagem de dinheiro em 2018, tendo que redesenhar sua marca e sua imagem. Partimos da sua descrição no Instagram e do site de sua nova marca, Djagô Academia de Ensinos, para compreender como o “despertar” aparece como ponto nodal do seu discurso, que se relaciona ao campo discursivo da espiritualidade mística. Tal significante relaciona-se, ainda, com outros como “experiência”, “conexão”, “autotransformação” e “autonomia”, em uma cadeia de sentidos que endossa a hegemonia neoliberal. Enquanto “sucesso” é a meta do eu-empresa liberal, o “despertar” é o ponto de virada do sujeito espiritual, cujo capital deve ser acumulado no sentido da ascensão e iluminação. A perversidade nesse discurso, diferentemente do sucesso material, é a promessa de cura e de um caminho moralmente isento de ambição.

A inversão de sentidos atua no próprio ponto nodal: o despertar transforma, simbolicamente, o que é autoaprimoramento em autoabnegação, criando a ilusão de iluminação espiritual e moral, evoluída dos sentidos “terrenos”, como a própria ambição, no mesmo momento em que traça um caminho de constante investimento em si mesmo. Nesse sentido, sucesso neoliberal e espiritual atuam juntos em prol do consumo de produtos e serviços, de um estilo de vida e de uma identidade espiritualizados.

## Notas

[1] Disponível em: <<http://bit.ly/3TfFYnp>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

[2] Disponível em: <<https://www.sriprembaba.org/>>. Acesso em: 8 dez. 2023.

[3] Disponível em: <<https://www.instagram.com/sriprembaba/>>. Acesso em: 20 jun. 2022.

[4] Disponível em: <<https://djago.com.br/academia-do-despertar/>>. Acesso em: 21 jun. 2022.

[5] Disponível em: <<https://www.sriprembaba.org/>>. Acesso em: 22 jun. 2022.

## Referências

ARJANA, S. **Buying Buddha, Selling Rumi**: Orientalism and the mystical marketplace. Londres: Oneworld Academic, 2020.

BUTLER, J. **A vida psíquica do poder**: teorias da sujeição. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **O novo espírito do capitalismo**. 2. ed. São Paulo: Editora WF Martins Fontes, 2020.

BROWN, W. **Nas ruínas do neoliberalismo**: a ascensão da política antidemocrática no ocidente. São Paulo: Editora Filosófica Politeia, 2019.

DAL PIVA, J. A. Ciranda de sexo, dinheiro e mentiras de Prem Baba, 2018. **Época**. Rio de Janeiro. On-line. Disponível em: <<https://bit.ly/47X32f8>>. Acesso em: 9 dez. 2023.

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

DELLA CAVA, R. Messianismo brasileiro e instituições nacionais: uma reavaliação de Canudos e Juazeiro. **Revista de Ciências Sociais**, v. 6, n. 1/2, p. 121-139, 1975. Disponível em: <<https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/10749>>. Acesso em: 3 mai. 2019.

FONTENELLE, I. O trabalho da ilusão: produção, consumo e subjetividade na sociedade contemporânea. **Interações**, v. 10, n. 19, p. 63-86, 2005. Disponível em: <<https://bit.ly/4a6HBtC>>. Acesso em: 15 jun. 2022.

FONTENELLE, I. **Cultura do consumo**: fundamentos e formas contemporâneas. São Paulo: Editora FGV, 2017.

FONTENELLE, I.; POZZEBON, M. A dialectical reflection on the emergence of the 'citizen as consumer' as neoliberal citizenship: The 2013 Brazilian protests. **Journal of Consumer Culture**, v. 21, n. 3, p. 501-518, 2021. DOI: <<https://doi.org/10.1177/1469540518806939>>.

LACLAU, E.; MOUFFE, C. **Hegemonia e estratégia socialista**: por uma política democrática radical. São Paulo: Intermeios, 2015.

SAFATLE, V. A economia é a continuação da psicologia por outros meios: sofrimento psíquico e neoliberalismo como economia moral. In: SAFATLE, V.; SILVA JUNIOR, N.; DUNKER, C. (Orgs.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021, p. 17-46.



SAFATLE, V. Psicologias do fascismo. Curso completo, 2019. Departamento de Filosofia, Universidade de São Paulo. **Academia.edu**. On-line. Disponível em: <<https://bit.ly/3tesCo1>>. Acesso em: 22 mai. 2019.

SAFATLE, V.; SILVA JUNIOR, N.; DUNKER, C. (Orgs.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

SAID, E. **Orientalismo**: o oriente como invenção do ocidente. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.