

O EXTRAORDINÁRIO INSTANTÂNEO: DIZERES DO “*COACHING*” SOB A PERSPECTIVA DA ANÁLISE DE DISCURSO MATERIALISTA

THE INSTANTANEOUS EXTRAORDINARY: “*COACHING*” SAYINGS FROM THE PERSPECTIVE OF MATERIALIST DISCOURSE ANALYSIS

Yago Marconcine Trindade¹

Universidade Estadual do Oeste do Paraná

João Carlos Cattelan²

Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Resumo: A partir dos princípios teóricos da Análise de Discurso Materialista fundamentada por Michel Pêcheux, com este artigo, buscamos analisar sequências discursivas selecionadas de alguns dos livros mais vendidos/em destaque na categoria *coaching*, presentes na plataforma de vendas digital *Amazon*. Por meio da análise que desenvolveremos, pretendemos depreender como os discursos materializados nessas sinopses objetivam circular e funcionar como catalisadores de uma lógica da produtividade e da resolução mágica. Os funcionamentos daquilo que consideramos como Formação Discursiva Coach regionalizam efeitos de sentido que operam pelo apagamento da historicidade e do esforço processual, promovendo a ilusão de uma transformação instantânea e o desbloqueio de um suposto potencial infinito inato aos sujeitos-leitores, tidos neste entremeio como consumidores-fíeis do método utilizado para a escrita das obras. Os dizeres do *coaching* alinham-se à lógica neoliberal e produzem evidências de condições de produção marcados pela demanda de produtividade e otimização do tempo, mascarando a complexidade do real e sustentando a mercadologia da autoajuda. Com a observação do que os coaches determinam, por meio de poucos passos, o sujeito está(ria) pronto para alcançar o impensável e atingir o extraordinário?

Palavras-chave: Análise de discurso; *coaching*; *coach*.

Abstract: Drawing on the theoretical principles of Materialist Discourse Analysis established by Michel Pêcheux, this article analyzes discursive sequences selected from top-selling coaching books available on the Amazon digital platform. We investigate how the discourses materialized

¹ Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), Cascavel, PR, Brasil. Mestrando. marconcineyago@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-6192-813X>.

² Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), Cascavel, PR, Brasil. Professor Doutor. jcc.cattelan@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7838-5284>.

in these synopses aim to circulate and function as catalysts for a logic of productivity and “magical” resolution. The mechanisms of what we term the Coaching Discursive Formation regionalize meaning effects that operate through the erasure of historicity and procedural effort. These effects promote the illusion of instantaneous transformation and the unlocking of a supposed “infinite potential” innate to subject-readers—positioned here as faithful consumers of the method employed in these works. Coaching discourse aligns with neoliberal logic, producing “evidences” rooted in conditions of production characterized by demands for productivity and time optimization. Consequently, it masks the complexity of reality while sustaining the self-help market. By observing what coaches prescribe, we ask: is the subject truly ready to achieve the unthinkable and reach the extraordinary in just a few steps?

Keywords: Discourse analysis; *coaching*, *coach*.

Submetido em 8 de janeiro de 2026.

Aprovado em 1º de fevereiro de 2026.

Introdução

Neste trabalho, temos o objetivo de desenvolver análises para compreender os efeitos de sentido que são postos em funcionamento no “método” *coaching*, movimento em ascensão na sociedade brasileira do século XXI. Para tanto, buscamos identificar os efeitos produzidos pelas sequências discursivas selecionadas, considerando os seus destinatários ideológicos, isto é, pretendemos verificar como elas se situam com relação às condições de produção que permitem a circulação desses discursos em detrimento de outros. Objetivamos, ainda, mobilizar a Teoria do Discurso em relação ao conceito de Formação Discursiva (FD) para analisar a materialidade das sequências discursivas com vistas à detecção dos sítios de significância que compõem os discursos do *coaching*.

Considerando a filiação teórica à Análise de Discurso Materialista, também denominada Pecheutiana (doravante AD), inscrevemo-nos como analistas do discurso ao afirmar, amparados pelos preceitos teóricos, que nosso objeto de pesquisa não se pauta na evidência da língua, mas no que pode ser recuperado a partir dela, uma vez que é circundada pelas condições de produção. Portanto, as análises aqui realizadas partem de uma relação “menos-ingênua” com a linguagem (ORLANDI, 2020, p. 8), considerando o conceito de porosidade do discurso, em seu duplo caráter polissêmico e parafrástico.

É nessa direção que, apoiados pelo arcabouço teórico proposto pelo francês Michel Pêcheux (1969, 2015, 2021), sustentado pelas obras de Eni Orlandi (2008, 2020) recuperamos o conceito de discurso enquanto “efeito de sentido entre interlocutores”

(2020, p. 20). Neste sentido, para a AD, a linguagem é opaca e não-transparente e é deste postulado que emerge o conceito de efeito de sentido, pois a teoria assume que não há uma unidade fechada de sentido, isto é, não há um sentido completo, mas tampouco se pode falar em qualquer sentido: o que se recupera do discurso é o efeito de sentido produzido no interior de Formações Discursivas dadas, que são delimitadas pelas condições de produção que as constituem.

Partimos aqui da perspectiva de Ferreira (2008) de que o *coaching* se define como uma prática que busca um resultado organizacional a partir de uma intervenção humana, isto é, a contratação de um *coach* seria feita por um cliente denominado *coachee* para um objetivo. A prática, historicamente construída na capacitação gerencial nos ambientes empresariais (BARATI, 2015), extrapolou os limites da pessoa jurídica e ganhou roupagens particulares, determinadas pela relação de oferta-demanda entre os profissionais e seus respectivos clientes.

Considerando que a profissão de *coach* não é regulamentada no Brasil e não possui formação própria, a construção do *corpus* de análise foi feita a partir de materialidades presentes nas sinopses dos dez principais (primeiros) livros encontrados na seção “em destaque” sobre o tema na plataforma de vendas digitais *Amazon*. Conforme as análises foram realizadas e o interesse pelo *corpus* foi se alterando para que fosse possível apresentar as regularidades, sem, necessariamente, esgotar a leitura em todas as sinopses, foram selecionadas quatro sequências discursivas, totalizando a abordagem de apenas quatro títulos dos dez originais.

Levantamos uma primeira inquietação que nos afeta como analistas: uma sinopse é, em geral, uma síntese - o que é da ordem do essencial, do indispensável à compreensão básica de uma obra. Inserida nas condições de produção de uma sociedade capitalista, a sinopse de um livro, para além de uma síntese, é uma série de argumentos para a aquisição da obra completa. É uma vitrine, uma amostra que busca captar o consumidor a partir de uma provocação.

Sobre os critérios para a constituição do *corpus*, consideramos o cenário capitalista de divulgação dos livros da seção “em destaque”, que, por serem mais acessados (e vendidos), têm um alcance maior junto ao público - um sucesso, por assim dizer - dentro da sua proposta. Daí se realizou uma primeira seleção entre esses volumes, conduzida pelo critério seguinte: para realizar os recortes das sequências discursivas, buscamos regularidades de efeitos de sentido presentes na materialidades discursivas que

evidenciam o funcionamento do discurso pautado pela Formação Discursiva que denominamos³, nas seções seguintes, como FD *coach*.

Este trabalho é separado em duas partes fundamentais, não para que seja pensado sob uma perspectiva de cisão, mas de organização, posto que o dispositivo teórico-metodológico da Análise de Discurso se constrói num movimento pendular entre teoria e análise (PETRI, 2013, p. 12). No primeiro momento, mobilizamos conceitos da teoria materialista, como *discurso*, *sujeito*, *ideologia* e *efeito de sentido*. Depois, discutimos o conceito de Formação Discursiva, pensada no seu funcionamento na perspectiva do material de análise.

Após esses momentos, será realizado a análise das sequências discursivas, que propõe uma regularidade identificada na forma com que os discursos dos *coaches* se estabelecem nas sinopses a fim de vender não apenas um livro, mas um estilo de vida capaz (em sua perspectiva) de oferecer respostas profundas e soluções extraordinárias para os leitores, de forma prática, simples e “validada” por milhões de pessoas ou por especialistas.

1. Significantes em busca de abrigo: o sujeito, os sentidos e a opacidade da língua

Alinhados às premissas fundamentais da AD, atentamos para o momento fundador da teoria de Michel Pêcheux, em 1969. Até então, as ciências linguísticas se preocupavam com as questões estruturais e a língua era pensada isoladamente, sem relacioná-la aos atravessamentos históricos e ideológicos. É a partir desse “terreno descoberto” que Pêcheux passa a deslocar uma teoria da “língua” para uma teoria do “discurso”, percorrendo e atravessando fronteiras do Materialismo Histórico, da Psicanálise e da Linguística. Neste sentido, a constituição da AD não surge apenas por uma relação de interseção, mas também de interação entre estas áreas. Dessa forma, não há subserviência ou dependência hierárquica, mas o estabelecimento de uma outra forma de se pensar o convívio tenso entre o simbólico (a linguagem) e aquele que será o polo central de uma

³ Realizamos o ato de significar, isto é, de atribuir sentidos sócio-historicamente determinados e não arbitrários, posto que a denominação requer uma inscrição no simbólico e não é esvaziada de sentidos (Mariani, 1998). Como este trabalho se situa na teoria do discurso, a denominação não pode ser concebida apenas como a atribuição de um significante, mas como uma noção de caráter material da ideologia.

outra conjuntura intelectual: o sujeito.

A teoria defende que o processo de subjetivação é resultado do processo de interpelação-identificação ideológica, designado como *assujeitamento*. Em outras palavras, o sujeito não pode ser neutro, nem se situar de maneira externa ao ideológico, posto que é descentrado de maneira irreversível pelo processo de cisão: tanto a ideologia (que o determina) quanto o inconsciente (que o movimentam) estão localizados na ordem do discurso, inacessíveis a ele, dada a inscrição inevitável no simbólico por meio da opacidade da linguagem.

É preciso, portanto, recuperar a concepção de sujeito para a AD, uma vez que concebido como *assujeitado*, descentrado e interpelado, não há como atribuir a ele a origem dos sentidos, por mais que seja por meio dele que ocorra a realização dos atos de enunciação. Encaminhamos, a partir disso, duas hipóteses: a) a materialidade linguística não é o discurso, mas é nela que se encontram as premissas do funcionamento dele e b) a ilusão de controlar os sentidos e, portanto, de ser a fonte do discurso, é consequência do *assujeitamento* - dissimulação pela ideologia.

Damos como estabelecido que, ao considerar que um sentido está posto, que se é capaz de compreender um “já-lá” como se acontecesse uma operação unívoca do significante com sua interpretação, o sujeito está sendo situado pelo que a teoria considera a interpelação ideológica. É ela que fornece, conforme PÊCHEUX (2021, p. 159), o que “todo mundo sabe” numa conjuntura social, por meio de “evidências” que eclipsam a injunção dos sentidos sobre os sujeitos.

Logo, ao passo que o sujeito é determinado pela ideologia, o discurso se materializa na linguagem não como aquilo que o sujeito “quer” dizer, mas, de acordo com PÊCHEUX (1969, p. 82) como “efeito de sentido entre os pontos A e B”. Dito de outra forma, discurso é o que se pode recuperar, por meio das condições de produção dadas que afetam sujeitos constituídos pela ideologia inscrita na/pela linguagem. A AD postula que: a ideologia atravessa o sujeito, que (re)produz pela língua o discurso (em acordo com o que a ideologia impõe).

Por “efeito de sentido”, retomamos a concepção de que a língua não é transparente o que desemboca noutra propriedade: a porosidade do funcionamento da linguagem. Logo, não há como estabelecer *O* sentido (único, fechado), porém a teoria busca dar conta de um objeto relativamente preciso por meio da construção de um dispositivo teórico e de um método que permita a localização de “sítios de significância”, ou seja, de que

determinados sentidos estão já-postos em funcionamentos ideológicos dados; daí a designação daquilo que é um “efeito de Por “efeito de sentido”, retomamos a concepção de que a língua não é transparente o que desemboca noutra propriedade: a porosidade do funcionamento da linguagem. Logo, não há como estabelecer *O* sentido (único, fechado), porém a teoria busca dar conta de um objeto relativamente preciso por meio da construção de um dispositivo teórico e de um método que permita a localização de “sítios de significância”, ou seja, de que determinados sentidos estão já-postos em funcionamentos ideológicos dados; daí a designação daquilo que é um “efeito de sentido”, ou seja, dentre os sentidos, qual se encontra construído pelo/no discurso e que pode ser recuperado pelo/no caráter material (embora poroso) da linguagem.

2. A Formação Discursiva como região dos sentidos

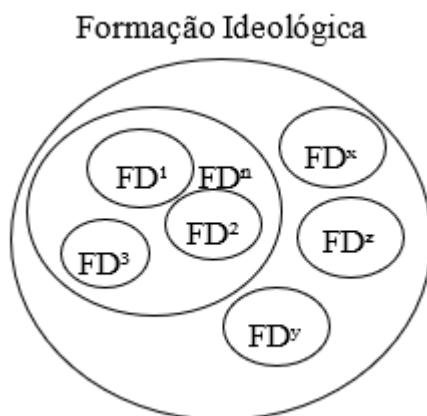
Formação Discursiva é um conceito postulado nos trabalhos de Michel Pêcheux, mas também explorado por Foucault e, apesar das aproximações e distanciamentos entre eles, plenos de valorização às ciências, concentrar-nos-emos no que Pêcheux problematiza e buscaremos compreender algumas atualizações observadas, principalmente, no que tange à Análise de Discurso materialista, após as contribuições brasileiras.

Pêcheux, em “**Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**” (2021), conceitua *Formação Discursiva* sobre o primado de que os sentidos das palavras não possuem um valor fechado, de forma com que as diferentes significações receberiam sentidos diferentes a partir de posições ideológicas distintas. O autor compreende que Formação Discursiva é

“aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa etc.) (PÊCHEUX, 2021, p. 147).

Há uma distinção relevante a ser feita sobre o conceito, uma vez que não se trata de pensar a FD como um sinônimo/correlato de Formação Ideológica, posto que o autor defende um processo de pertencimento diferenciado que representamos a seguir pelo esquema:

Figura 1. Esquema de interação entre Formação Ideológica e Formação Discursiva.



Fonte: autoria própria.

Uma Formação Ideológica, isto é, aquilo que ORLANDI (2020) postula como uma conjuntura sócio-histórica dada, comporta Formações Discursivas que se distinguem, enquanto internamente ainda podem se aproximar e se distanciar como Formações Discursivas ainda mais *específicas*, ou seja, ao passo que a *FD coach* se localiza dentro de uma Formação Econômica capitalista, há que se perceber que essa FD pode se fragmentar ainda mais internamente (conforme exibido em FD^n). Poderíamos pensar como FD^1 , FD^2 e FD^3 as *FD coach* financeira, *FD coach* espiritual e *FD coach* de liderança - sempre verificando se os sentidos vinculados nelas estariam em consonância com a Formação Discursiva *coach* (FD^n) ou se elas se situariam noutra posição do esquema.

Portanto, a Formação Discursiva não é “só” ideológica (do contrário seria meramente denominada como uma Formação Ideológica); ela se inscreve num funcionamento à parte e permite ao sujeito tanto a identificação com o que o determina, quanto a incompletude do processo de assujeitamento, já que essas várias regiões o colocam em tensão.

Retornando ao que postulou Pêcheux, se as FDs estão relacionadas às posições dadas em conjunturas dadas, a elas se vincula o caráter polissêmico do discurso e matrizes de sentido enquanto elementos regionais: essas regionalizações do que já foi dito por sujeitos que se identificam estabelece “padrões” identificáveis de interdiscurso e de deslocamento. Dito de outra forma, a memória discursiva, dentre outras coisas, remete ao interdiscurso regionalizado por FDs que estão situadas sob uma Formação Ideológica dada.

Nessa direção, deparamo-nos com a tese de ORLANDI (2020) de que a memória é “todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos”. Logo, se a memória e o interdiscurso determinam o que dizemos, é a Formação Discursiva que os convoca e os impõe sobre os discursos produzidos por sujeitos filiados a ela.

Consideramos como Formação Discursiva (FD) tudo o que comporta um conjunto de dizeres prévios pertencentes à memória discursiva, o que implica que uma matriz de sentido é estabelecida em sítios de significância ditados pela ideologia, dado que a Formação Ideológica organiza “regiões” em que as Formações Discursivas se aproximam, distanciam-se e criam relações em tensão, com disputas acerca dos sentidos dominantes e postos como evidentes para os sujeitos que se inscrevem nelas. Retomamos aqui a definição de Courtine (2009, p. 73):

As FD são componentes interligados das FI. Isso implica que as FD que constituem a mesma FI possam ser distinguidas umas das outras (em razão, por exemplo, de sua ‘especialização’), mas sobretudo que as FD que dependem de FI antagônicas, aliadas (...) mantém (...) relações contraditórias que se inscrevem necessariamente na própria materialidade dessas FD, isto é, em sua *materialidade linguística*. Se uma FD é o que, em uma dada FI e em uma conjuntura, determina ‘o que pode e deve ser dito’ (o que equivale a dizer que as palavras, expressões, proposições recebem seu sentido da FD na qual são produzidas), convém acrescentar que essa característica não é isolada das relações contraditórias que uma FD estabelece com outra FD (COURTINE, 2009, p. 73).

O autor afirma que o processo de assujeitamento é realizado internamente em uma FD. Por assujeitamento, a teoria do discurso toma-o como a inscrição de um sujeito na ideologia por meio do simbólico, ou seja, do caráter material (social e histórico) da linguagem. Não se trata de pensar o sujeito completamente determinado, posto que o assujeitamento é um processo não-finalizado e passível de movimentos de filiação e resistência, que, no entanto, ocorre em face da interpelação por um outro chamamento/interpelação. Neste sentido, quanto maior a identificação do sujeito com a FD que o assujeita, que o determina, maior será o seu *grau* de assujeitamento e mais dificultoso será qualquer tipo de resistência possível, ao passo que, quanto menos perpassado por determinado funcionamento ideológico, mais ele poderá (ou menos encoberto) perceber que não é origem do discurso. Dessa forma, o analista parte do que consegue recuperar do material simbólico até chegar às redes de significações dadas pela FD.

Estabelecido que as Formações Discursivas são comparáveis quando postas em relação quanto ao funcionamento dos efeitos de sentido num determinado dispositivo de análise, um outro adendo se impõe: que critérios foram utilizados para denominar a FD que comporta as sequências discursivas desse trabalho como FD *coach* e não outro.

É necessário considerar que o analista não é exterior à ideologia quando trabalha com o discurso. Essa constatação é crucial para compreender a denominação da Formação Discursiva, posto que ela não é arbitrária, tampouco plena/fechada como uma determinação definitiva. PÊCHEUX (2015, p. 56) conceitua que todo discurso é “o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação” e, nessa direção, tomamos essas filiações sócio-históricas como o processo de assujeitamento que posiciona sujeitos no interior de Formações Discursivas.

Ao nos depararmos com o *corpus* de análise deste trabalho, percebemos que os discursos compartilham saberes em comum e carregam discursivamente ingredientes que se mostram entrelaçados pela memória coletiva. Conforme os enunciados foram recortados em sequências discursivas, o objeto de análise não comportava uma denominação mais *específica*, no sentido de transpor o termo “guarda-chuva”: *coach*.

Isso não implica afirmar que a FD *coach* comporta apenas os funcionamentos analisados a seguir, mas que eles são frações de um todo que se apresenta mais heterogêneo e que não dá conta da designação que outro analista de discurso poderia escolher. Denominamos, neste sentido, para dar conta do que, por sua essência ideológica, não possui ponto de partida ou de destino, pois, para ORLANDI (1988, p. 21), “não há um centro e suas margens, há só margens”.

3. O instantâneo a serviço das sinopses do *coaching*

A análise realizada a seguir tem como *corpus* quatro sequências discursivas (doravante SD) que apresentam, na materialidade linguística, discursos definidores dos que devem/podem se beneficiar dos ensinamentos *coaching* e seus potenciais resultados prometidos.

As sequências também apresentam estruturas discursivas semelhantes (recuperando as premissas da Formação Discursiva que as comportam) e revelam um funcionamento específico para atrair o público: *simplicidade/praticidade/rapidez* nas práticas propostas + *eficácia comprovada por volume/quantidade* de pessoas que já

teriam utilizado essas práticas + *um resultado além de qualquer expectativa*, isto é, a promessa de uma conquista extraordinária.

A primeira SD foi retirada da sinopse da obra de Arnaldo Marion, intitulada “Manual de *Coaching* - Guia Prático de Formação Profissional”, lançada em 2017, pela editora Atlas. Até o momento deste estudo, o livro possuía uma avaliação média de 4,6 (de uma nota máxima fixada em 5 pontos) dos usuários que o adquiriram pela plataforma digital Amazon.

SD 1. Com três passos simples - estado atual, estado desejado e plano de ação -, **o *coaching* tem ajudado milhões de pessoas a liberarem o potencial que jamais imaginaram existir dentro de si**, levando mães, atletas, professores, médicos, empreendedores, executivos, casais, equipes e outros a **resultados e conquistas extraordinários** (MARION, 2019, *s.p.* negritos nossos).

Atentamos para a associação entre os “três passos simples” que seriam provedores de “resultados e conquistas extraordinários”, com um vínculo de causa-efeito e sem obstáculos. Há nessa elaboração uma forma de apagamento, conforme Pêcheux (2021), em que o sujeito produz o discurso sob o primado de uma Formação Discursiva, isto é, utiliza uma determinada forma do dizer em detrimento de outras que, sob a filiação dessa FD, não seriam possíveis. Ou seja: apaga-se aqui o fato de “resultados extraordinários” são alcançados, em geral, por meio de investimentos complexos de tempo, esforço e energia. O discurso, assim, opera sobre uma simplificação máxima do que deveria ser visto como fruto de esforço contínuo, de investimento de tempo etc., como se a única barreira entre o leitor e o sucesso pleno fosse a leitura do livro em questão - posto que é ele que lhe descreverá os três passos simples. A promessa de facilidade opera, pois no sentido, de dar ao leitor uma razão agradável e de comodidade para que compre o livro, apagando o que mais será exigido caso ele caia no engodo da compra.

Há, também, a presença de dizer pré-construído familiar ao discurso publicitário: se o *coaching* ajudou “milhões de pessoas” (dado não-legitimado por pesquisa, mas mobilizado como estratégia persuasiva), ele deveria ser confiável, pois propaga o bem junto ao público. Não se trata de oferecer uma fórmula que, ainda que pudesse ser eficaz/ infalível, poderia ser questionada ou desaprovada, como em propagandas de creme dental (recomendados por nove a cada dez dentistas). O que se estabelece é o efeito de sentido de que uma massa significativa de pessoas foi beneficiada e o leitor que ainda lê está na sinopse fica atrasado com relação aos milhões que desbloqueiam seus potenciais. Eis uma

forma de chantagem contra o consumidor que, só não está melhor, por causa própria e não usufruir das “boas intenções” do *coach*.

O discurso, também, não cria um efeito de mera especulação para atrair determinado tipo de consumidor, isto é: um livro escrito por um suposto especialista em uma área mobiliza o imaginário de uma competência de autoridade para efetuar as recomendações descritas na sinopse, pautando-se na valoração impingidas pela história e pela sociedade a tais pessoas. Amparamos essa afirmação em ORLANDI (2006, p. 15) que postula que “o saber é distribuído por uma rede institucional, hierarquizada, em que o saber se relaciona com o poder”.

A respeito do potencial que o leitor não conseguiria nem “imaginar” ter dentro de si, ele remete a dos funcionamentos discursivos da FD *coach*: a premissa de que o leitor possui um potencial adormecido, inatingível pelos métodos tradicionais (da construção pelo efeito da frequência, em que a repetição leva ao aperfeiçoamento), enquanto o *coach* traria o resultado positivo desejado. O despertar do potencial aqui se dá pelo investimento naquilo que é simples, fácil e naturalmente pré-determinado pelo fato do extraordinário já se localizar no sujeito, com o apagamento da busca do consumo, da necessidade da compra e do desejo de lucro.

Pautada nessa mesma regularidade, a segunda sequência foi retirada de um livro que se apresenta com uma síntese do que compõe os enunciados *coaching*: “Sem limites: Aprimore seu cérebro, aprenda mais rápido e descubra uma vida excepcional”. Lançado em 2021 por Jim Kwik, a sinopse apresenta a seguinte sequência:

SD 2. Treinador cerebral de celebridades, Jim Kwik revela o que os melhores fazem para atingir resultados em nível mundial. **Você não tem limites. Apesar do que outras pessoas já lhe disseram, seu potencial é infinito - quando você sabe usar o cérebro.** Este livro inovador revela práticas baseadas na ciência e técnicas comprovadas **usadas pelos melhores profissionais do planeta para atingir resultados em nível mundial** (KWIK, 2021, *s.p.*, grifos nossos).

Novamente, o discurso se sustenta pelo princípio de funcionamento que postula um leitor com potenciais adormecidos e para quem não haveria limites. Há que se observar o uso do conectivo “apesar”, que materializa, quando ao imaginário, um movimento de antecipação em relação ao que configura o público-alvo do livro, isto é, há uma previsão que antecipa um leitor frustrado, que tenha ouvido (“outras pessoas já lhe disseram”) que não possuía todo esse “potencial infinito” que o *coach*, de modo

interessado e altruísta, está disposto a entregar. Eis um modo de o leitor se deixar enredar e cair na armadilha da compra e do consumo.

Sobre antecipação, PÊCHEUX (1969) estabelece que ela ocorre como a previsão do que o outro (sujeito) vai pensar, o que é constitutivo do discurso. Porém, tal mobilização não é arbitrária e nem está sob o domínio do sujeito, que é interpelado pela ideologia. A SD2 mostra a antecipação de um leitor que “não sabe usar o cérebro”, como uma celebridade, por exemplo, que nesse caso teria a habilidade cerebral expandida pelo treinador (*coach*). A rigor, este efeito deveria predispor o leitor contra a compra, o que, contudo, em face do número das vendas, parece não ser levando em conta.

Para Pêcheux, na AAD-69, o “efeito metafórico” remete ao fenômeno da substituição de determinados dizeres por outros a partir de condições de produção específicas, carregando assim alguns efeitos de sentido sobre aquilo que foi dito. A essa transferência e intercâmbio, o autor denomina como deslizamento de sentidos.

Retornando as duas SDs iniciais, os discursos mobilizam os sentidos a partir do efeito metafórico de substituição entre discursos que afirmam o triunfo de milhares de pessoas (a nível mundial), vinculado ao desbloqueio de um potencial infinito, inimaginável e comprovado por supostos especialistas. É nessa reiteração de sentidos, isto é, nessa regularidade, que a Formação Discursiva reforça que os métodos dos *coaches* transformam e teriam resultados comprovados, cujos efeitos, pautados numa quantidade genérica e não demonstrada, seriam extraordinários.

Para não cair da repetição dos deslizamentos de sentidos já verificados nas sequências discursivas anteriores, a praticidade, a comprovação externa e os resultados exacerbados em troca do mínimo esforço, faremos um outro percurso analítico nas últimas duas SDS: o das condições de produção. Para isso, o *corpus* de análise foi revisitado atendendo ao objetivo desse trabalho, ou seja, perceber o que constitui a formação discursiva em pauta.

SD 3. Oferecer *coaching* é **simples**. E as Sete Perguntas Essenciais apresentadas neste livro lhe dão **as respostas que você mais necessita**. Você pode fazer uma sessão de *coaching* **em 10 minutos ou menos**. E, no mundo corrido de hoje, **você precisa ser capaz disso** (STANIER, 2019, *s.p.*, grifos nossos).

SD 4. Whitmore **alcança em poucas páginas o que muitas vezes os trabalhos completos sobre liderança não alcançam** - uma compreensão do assunto e bons conselhos sobre a semeadura das sementes para desenvolver as **habilidades** para liderar os outros (WHITMORE, 2020, *s.p.*, grifos nossos).

Nos dois casos, pautados na simplicidade e na velocidade (passos simples, poucas páginas), uma outra premissa chama a atenção na SD3: “no mundo de hoje, você precisa ser capaz disso”. Considerando que uma Formação Discursiva controla a “enunciação” e prevê a produção de determinado discurso e que ela deve ser remetida às condições de produção histórico-sociais, a AD postula a relação indissociável do discurso publicitário com o seu meio de veiculação, ou seja: a sinopse/vitrine vai lembrar ao consumidor/leitor as suas necessidades e utilizar flexões verbais no imperativo, com determinações que buscam impor o atendimento ao ciclo de necessidade-completude dos sujeitos.

Ao enunciar uma necessidade direcionada ao consumidor, há uma antecipação daquilo que o funcionamento de dizeres neoliberais postulam: um ciclo de necessidade na qual o sujeito deve otimizar o seu tempo e amplificar a produtividade simultaneamente. A leitura da obra *per se* já é dita pela sua sinopse como um mecanismo funcional dessa otimização, já que ela preconiza a velocidade como paráfrase de um bom rendimento: é aqui que o livro não é visto mais como uma interface pessoalizada, em que o leitor terá como experiência o desprendimento de um tempo indeterminado para o seu fim, mas sim como uma pílula de sucesso instantâneo.

O mundo de hoje, conforme o discurso, é remetido, sobretudo, ao funcionamento do capital: se há pressa, há pouco tempo disponível. Na SD4, a sinopse apresenta a pretensão de vender técnicas para a aplicação do método *coach*, em que (como já observado anteriormente) o sujeito interpelado pela FD *coach* está inscrito em uma dinâmica que reconhece a ligeireza da vida atual e também é interpelação por necessidades (quem nunca e quando não?). Pelo mundo definido pela esfera da produtividade, conforme o discurso, não sobra espaço para *coaches* ou *coachees* que valorizem a construção gradual do conhecimento.

Para além da veiculação da velocidade como elemento a ser reconhecido, também é impingido pelo discurso um efeito de defesa obrigatória, que se ampara na antecipação do sujeito que escreve considerando as condições de produção: seu público-alvo, os sujeitos que interpelados pela FD *coach*, também estimam o conhecimento acelerado, logo, é relevante começar a apresentação do livro pela sua duração e pela expectativa de um final próximo.

Ao antecipar o processo de “semeadura” sobre as lideranças e garantir as “respostas que você mais necessita”, os enunciados realizam promessas irresistíveis e de interpelação manipuladora, estratégias típicas dos discursos publicitários que visam ao

ganho material mediante à credibilidade desenvolvida nos clientes. Produções como essas, associadas às prateleiras de autoajuda e autoconhecimento das livrarias (físicas ou digitais) possuem, em última instância, a proposta de maximizar ganhos com a minimização de esforços e de tempo. Ao mesmo tempo em que garantem o sucesso e o lucro diante das tendências de mercado, apresentam um calcanhar de Aquiles latente: milhares de pessoas são ajudadas por elas, mas milhares de pessoas não enriquecem ou obtêm sucesso exponencialmente a partir do lançamento de livros como esses

A SD4, inclusive, realiza um movimento de retomada metafórica do próprio conceito de *coach* como aquele que possui “habilidades para liderar os outros”. A respeito disso, retomamos reflexões anteriores em que o *coach* não é, necessariamente, um especialista que depreende tempo para a construção do conhecimento: ele é aquele que é capaz de disseminar sementes de liderança rapidamente para que, em últimos casos, outros “líderes” sejam formados e passem a ser semeadores, também. Há uma familiaridade grande com as estruturas dos “esquemas de pirâmide”, em que os ganhos amparam-se no poder de persuasão e nas falsas promessas de rentabilidade à longo prazo, sempre vinculados ao próprio nível de comprometimento do sujeito que participa, do sujeito que se prepara.

Um fechamento necessário

A Análise de Discurso materialista, em um trabalho constante sobre as margens e distante de pleitos totalizantes ou de respostas definitivas a questões abertas, é um campo cujos trabalhos analíticos são colocados na difícil posição de seu fechamento. As análises realizadas a partir da metodologia da AD e das materialidades discursivas das sequências discursivas do *corpus*, do aparelho analítico, permitiram o encontro de uma série de regularidades capazes de caracterizar o que constitui a FD *coach*.

Os discursos analisados demonstram relações de proximidade entre si por redes que se estabelecem sob o que é regionalizado por uma Formação Discursiva e suas condições de produção, tornando possível observar as regularidades nos discursos das sinopses que divulgam de livros de *coaches*. Por meio do movimento de analisar SDS em termos da relação que remete umas às outras, os recursos parafrásticos do discurso se mostram relativamente constantes e compondo sentidos relativamente estáveis e estabelecidos.

As análises realizadas objetivaram tomar as materialidades como ponto de partida com o objetivo de problematizar o “já-lá” e desentranhar o que o discurso “quer dizer” sem que o diga, tangido pelas interpelações ideológicas localizadas em disputas e tensões sócio-históricas, determinadas, neste caso, pela publicidade, pela venda, pela compra e pelo lucro, com promessa de sucesso fácil, rápido e com pouco esforço. Uma vez que há compreensão do alcance relativo do que foi proposto, fazemos o fechamento amparado “pela natureza incompleta do sujeito, dos sentidos, da linguagem (do simbólico)” (ORLANDI, 2020, p. 52).

Referências

BARATI, Guilherme Henrique Lima. **Impasses e perspectivas do Coaching: a psicanálise e seu avesso na (de) formação do trabalhador**. São Paulo: Universidade Estadual de Campinas, 2015.

COURTINE, Jean Jacques. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Paulo: Edufscar, 2009.

FERREIRA, Marcos Aurélio A. **Coaching: um estudo exploratório sobre a percepção dos envolvidos: organização, executivo e coach**. 2008. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

INDURSKY, Freda. **A memória na cena do discurso**. Memória e história na/da análise do discurso. Campinas: Mercado de Letras, p. 67-89, 2011.

KWIK, Jim. **Sem limites: aprimore seu cérebro, aprenda mais rápido e descubra uma vida excepcional**. Rio de Janeiro: Alta Life, 2021. Sinopse disponível em: <https://www.amazon.com.br/Sem-Limites-Aprimore-descubra-excepcional/dp/6555203943>. Consultado em: 29 de agosto de 2025.

MARION, Arnaldo. **Manual de coaching: guia prático de formação profissional**. São Paulo: Editora Atlas, 2019. Sinopse disponível em: <https://www.amazon.com.br/Manual-Coaching-Pr%C3%A1tico-Forma%C3%A7%C3%A3o-Profissional/dp/8597009527>. Consultado em: 28 de agosto de 2025.

MARIANI, Bethania. **O PCB e a imprensa: Os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)**. Rio de Janeiro: Revan. Campinas: Unicamp, 1998.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e leitura**. 8.ed. São Paulo: Cortez, 2008.

ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos**. 13. ed. Campinas: Pontes, 2020.

PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise; HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso**. Tradução de Eni P. Orlandi. 3. ed. Campinas: Unicamp, 1997, p.61-162.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi. 5. ed (reimpressão). Campinas: Editora da Unicamp, 2021.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. 7 ed. Campinas: Pontes, 2015.

PETRI, Verli. O funcionamento do movimento pendular próprio às análises discursivas na construção do "dispositivo experimental" da análise de discurso. In: DIAS, Cristiane (org.). **Análise de discurso em perspectiva**. Santa Maria: Editora Ufsm, 2013. p. 39-48.

STANIER, B. Michael. **Faça do *coaching* um hábito**: Fale menos, pergunte mais e mude seu estilo de liderança. Rio de Janeiro: Sextante, 2019. Sinopse disponível em: <https://www.amazon.com.br/Fa%C3%A7a-do-coaching-um-h%C3%A1bito/dp/8543108225>. Consultado em: 29 de agosto de 2025.

WHITMORE, John. **Coaching para performance: os princípios e práticas de *coaching* e liderança**. 5. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2020. Sinopse disponível em: <https://acesse.one/m7r1i>.