



O AVESSE DO COACH:
UMA ANÁLISE DISCURSIVA DE POSTAGENS DA
PÁGINA DICAS ANTI-COACH NO FACEBOOK

THE REVERSE OF COACH:
A DISCURSIVE ANALYSIS OF POSTS FROM
DICAS ANTI-COACH FACEBOOK PAGE

Vinícius Costa Araújo LIRA¹

Francisco Vieira da SILVA²

¹ Graduando em Letras (Português-Inglês) pela Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA). E-mail: vccosta43@gmail.com

² Doutor em Linguística. Docente da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA). E-mail: francisco.vieiras@ufersa.edu.br



RESUMO

Este estudo propõe-se a analisar a constituição de posicionamentos contrários à existência do serviço de *coaching*. Visa-se, com isso, investigar como ocorre a produção de verdades e identificar e descrever as relações de saber-poder em que esses discursos se ancoram. Para tanto, parte dos pressupostos teóricos de Michel Foucault acerca do enunciado, discurso, poder, saber, sujeito e neoliberalismo. Trata-se de um estudo descritivo-interpretativo, de natureza qualitativa. O *corpus* é formado por cinco postagens retiradas da página Dicas Anti-coach no *Facebook*. As análises permitem conceber a prática do *coaching* como enganosa e golpista, de modo a objetivar os sujeitos que contratam os serviços destes profissionais como vítimas.

PALAVRAS-CHAVE

Discurso. *Coach*. *Facebook*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the constitution of positions contrary to the existence of the coaching service. The purpose is to investigate how the production of truths occurs, as well as identify and describe the knowledge-power relations in which these discourses are anchored. Therefore, it starts from the theoretical presuppositions of Michel Foucault about the statement, discourse, power, knowledge, subject, and neoliberalism. This is a descriptive-interpretative study, of a qualitative nature. The corpus consists of five posts taken from the *Dicas Anti-coach* page on Facebook. The analyzes allow conceiving the practice of coaching as deceptive and



scammer, in order to objectify the subjects who hire the services of these professionals as victims.

KEYWORDS

Discourse. Coach. Facebook.

INTRODUÇÃO

Surgida no campo dos negócios e no meio empresarial, a figura do *coach* assenta-se na necessidade da construção da liderança, no desenvolvimento de competências e habilidades que permitam ao sujeito ascender profissionalmente. O alargamento de tal prática para outras esferas sociais corrobora a aparição do *life coaching*, ou seja, de uma modalidade de *coaching* voltada para a resolução de conflitos atinentes à vida pessoal, numa função que, não raro, tem gerado conflitos com os psicólogos. Além disso, essa prática se expandiu de tal modo que consegue abrigar uma série de atividades sob as quais repousa a figura do *coach*, como fazer exercícios físicos, emagrecer e cuidar dos filhos, entre outras, havendo, pois, uma profusão de modalidades atuantes em campos diversos.

Como uma prática que surge com tanto vigor no momento histórico atual, emerge, com isso, uma gama de discursos que se contrapõem ao *coaching* e que visa a relativizá-la. Nesse embate discursivo, analisamos neste texto cinco postagens da página Dicas Anti-Coach no *Facebook*³, com

³ Rede social criada por Mark Zurkerberg, em 2004. Permite que qualquer usuário, a partir de 13 anos, possa criar uma conta por meio da qual é possível postar fotografias e textos verbais, compartilhar conteúdo, participar de grupos, curtir páginas e postagens, bem como comentá-las. É a mídia digital mais utilizada no Brasil e no mundo.



o intuito de investigar como, nesses posicionamentos contrários ao coach, ocorre a produção de verdades, além de identificar e descrever as relações de saber-poder em que esses discursos se ancoram.

Consideramos, portanto, que a *web* constitui uma instância privilegiada na produção de variados discursos na atualidade. Assim, a emergência do *coach* hoje está intrinsecamente atrelada aos modos de ver e enunciar nas redes sociais digitais. Os *coaches* usam de modo vertiginoso as plataformas midiáticas, de modo a construir uma imagem favorável para si, divulgar seus serviços e angariar clientes. Nesse mesmo universo *on-line*, proliferam dizeres que se contrapõem ao funcionamento da prática do *coaching*, quase sempre situada no campo da enganação e do charlatanismo.

Creemos que isso decorre especialmente do fato de que o exercício do *coach* não ser regulamentado e não ter um uma legislação específica que possa nortear essa prática. Conforme Scott Kaufman, psicólogo e professor da Universidade de Colúmbia, nos Estados Unidos, em entrevista a Veja: “O espectro da qualidade dos coaches existente é muito vasto. Como qualquer um pode ser chamado de coach, não há necessidade de fazer cursos ou faculdades, por exemplo. Todos podem ser coaches. Por isso a questão da qualidade é um problema” (KAUFMAN, 2019, s.p). Como corolário, algumas ações buscam delimitar o alcance do *coaching* ou, de maneira mais drástica banir, ou criminalizar esse tipo de serviço.

Como exemplo, podemos mencionar a nota orientativa publicada pelo Conselho Brasileiro de Psicologia (CBP). Em linhas gerais, o documento prevê algumas diretrizes para o *coaching* no atendimento realizado por psicólogos. Segundo a nota, é necessário o cumprimento irrestrito do Código de Ética Profissional do Psicólogo, quando o psicólogo faz o uso dessa prática. O órgão



ainda entende que, a despeito de não existir regulamentação, o *coaching* constitui uma prática caracterizada por ser “[...] um processo breve que se propõe a auxiliar o indivíduo a alcançar objetivos previamente definidos, a partir de metodologias que envolvam a conscientização de elementos da vida, da história e das potencialidades” (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA, 2019, s.p). A nota continua afirmando: “[...] entende que o trabalho da(o) psicólogo(a) na utilização do *coaching* é de extrema importância para a realização de um trabalho que vise à proteção e garantia de cuidado com a sociedade” (CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA, 2019, s.p). Ao reconhecer a importância dessa prática, o CFP delimita, do ponto de vista legal, quem estar autorizado a prestar semelhante serviço do ponto de vista das técnicas demandadas pelos psicólogos. Desse modo, aqueles profissionais que não estejam inscritos no CFP e utilizarem técnicas relacionadas, de modo estrito, ao fazer do psicólogo incorrem no exercício ilegal da profissão, conforme previsto nos dispositivos legais, e podem sofrer sanções penais.

Uma medida mais drástica para lidar com a problemática advinda do *coaching* tem a ver com a proposta de criminalização da prática no Brasil. De acordo com uma reportagem veiculada pela revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (PEGN), uma proposta de iniciativa popular no Senado recebeu mais de vinte mil assinaturas e o objetivo é tornar ilegal o serviço de *coaching* no país que não for relacionado a uma formação específica, ofertada por instituição reconhecida. A proposta, feita em abril de 2019, será discutida na Comissão de Direitos Humanos (CDH) do Senado Federal e é presidida pelo senador Paulo Paim (PT/RS).

No texto da proposta, tem-se a possibilidade de tornar crime propagandas enganosas como “reprogramação de DNA” e “cura quântica”, filão dos

serviços de *coaching* que cresce a olhos vistos. Na aba da popularização da física quântica, tais profissionais dizem ser responsáveis por alterar estados mentais e mudar frontalmente a vida de cada sujeito. Para Moraes (2020), essa prática está balizada por uma coleção de concepções místicas e esotéricas aliadas a uma miríade de jargão técnico que não encontram subsídio nas pesquisas científicas da comunidade acadêmica e, desse modo, obscurecem ainda mais o fenômeno do *coaching* e sua compreensão. Embora esses dizeres tentem ser dotados de um valor de verdade do ponto de vista institucional, eles são paulatinamente rechaçados pelos cientistas, os quais reconhecem esse *boom* quântico como uma interpretação extrapolada de princípios da física quântica.

No campo dos estudos acadêmicos, germinam pesquisas sobre a atuação do *coach* na área empresarial e corporativa, pois conforme destacamos anteriormente, foi dessa esfera que os serviços de *coach* advieram. Trabalhos como o de Silva, Nelson e Gines Junior (2020) analisam os pontos de convergência e de afastamento entre o *coach* e o empreendedor; Nascimento *et al* (2020) fazem uma reflexão sobre o coaching como uma ferramenta de desenvolvimento de habilidades de discentes num curso superior de Administração; Salles (2019) ponderam a respeito do discurso do *coach* em diferentes documentos disponíveis na *web*. Embora assumam estudar o discurso, os autores subsidiam-se teoricamente no campo da análise de conteúdo. Nesse sentido, numa breve incursão on-line nos mecanismos de busca como o *Google Acadêmico* e no portal *Scielo Brasil*, em meados de março de 2021, não foi possível localizar nenhum estudo acerca do *coach* a partir da perspectiva dos estudos do discurso, nem tampouco nenhum trabalho que abordasse a questão do *coach* sob o prisma do humor em páginas do *Facebook* ou de qualquer outra rede social



digital. Tais constatações colaboram para o efeito de novidade do estudo que aqui se esboça, justificando, assim, a sua relevância.

De modo geral, compreendemos que a irrupção da prática do *coaching* repousa no âmbito das (des)continuidades históricas em crenças já há tempo assentadas acerca de uma cultura do aconselhamento que encontrou na autoajuda o ponto nevrálgico para se desenvolver. Isso nos leva a crer, amparando-se nos postulados foucaultianos, que as sociedades não cessam de criar mecanismos de governo de si e do outro. Se outrora tínhamos o diretor de consciência, o pastor, o padre, hoje temos o psicanalista, o psicólogo e o *coach*. Se antes a religião reinava como a única instituição no governo das condutas, hoje convive com modos alternativos de fazer com que o sujeito produza uma verdade sobre si mesmo, por meio de um trabalho de si para si mesmo que busca, especialmente, estados de satisfação pessoal. Consoante Tucherman e Cavalcanti (2015), as subjetividades contemporâneas são marcadas pela flexibilidade para se adaptar a diversas situações e pela disciplina para se manter automotivado diante dessas recorrentes transformações. Para lidar com essas inconstâncias, surge um conjunto de processos respaldados na psicologia motivacional, filosofia pragmática e autoajuda, bem como ideais advindas do campo religioso, da saúde e do esporte. Deste último, de acordo com Tucherman e Cavalcanti (2015), deriva a figura do *coach*, palavra em inglês relacionada a treinador e a instrutor esportivo.

Nos limites deste artigo, o foco incide sobre os posicionamentos discursivos presentes em postagens publicadas na página Dicas anti-coach no *Facebook*. A regularidade do humor perpassa o funcionamento dos discursos que neste espaço circulam e o efeito irônico do título demarca essa feição, haja vista que o termo “dicas” associa-se intrinsecamente ao

discurso do *coaching*. A página aludida contava, em setembro de 2020, com 215.671 seguidores e as postagens normalmente apresentam uma variação de cem a mil curtidas e de dez a duzentos comentários. A escolha por esta página ocorreu porque buscamos analisar os contradiscursos acerca do serviço antes referido, a partir de posicionamentos que buscam desconstruir as verdades encetadas no interior da prática discursiva do *coaching*. Em suma, será possível entrever encadeamentos enunciativos que reclamam relações de saber e poder na produção das subjetividades contemporâneas.

ALGUMAS OBSERVAÇÕES TEÓRICAS

Conforme Gregolin (2016), não convém aplicar de modo direto as reflexões foucaultianas no exame de um dado objeto de estudo, mas, sim, pensar a linguagem a partir da centralidade precípua do conceito de discurso e a relação com a produção do sujeito, das configurações do saber, poder, ética e verdade. Nas palavras de Fonseca (2014, p. 12), “[...] Referimo-nos à obra foucaultiana como um livro por vir, como uma conversa cálida e vigorosa para nos aceder a uma apropriação singular daquilo que [...] expressa o íntimo de um filósofo dedicando às candentes situações humanas demasiado humanas”.

Comumente, segundo apregoa Gregolin (2016), para efeitos de organização do vasto pensamento de Foucault, os conceitos encontram-se distribuídos em três momentos ou domínios na obra desse pensador francês, a saber: i) arqueológico – a abordagem repousa sobre a objetivação do sujeito a partir do saber das Ciências Humanas, por meio de obras como *História da loucura*, *Nascimento da clínica*, *As palavras e as coisas* e *A arqueologia do saber*; ii) genealógico – as análises incidem sobre a objetivação do sujeito por meio de



diversos mecanismos de poder, discutidas nas obras *Vigiar e Punir* e *História da Sexualidade* (v.1); iii) ética e estética da existência – o foco recobre os modos por meio dos quais o sujeito exerce um trabalho sobre si mesmo, de modo a subjetivar-se, a partir dos três últimos volumes da *História da Sexualidade*, incluindo nessa coleção o quarto volume recentemente publicado.

No coração dessas discussões, uma noção é nuclear: o discurso. O referido conceito é definido, na obra *Arqueologia do Saber*, como uma prática que constrói os objetos de que fala e como um conjunto de enunciados que provém de uma mesma formação discursiva. De acordo com Muchail (2004), os discursos são entrevistados em sua positividade, como fatos inscritos no interior das coisas ditas e o objetivo de análise consiste em “[...] buscar não a sua origem, ou seu sentido secreto, mas as condições de sua emergência, as regras que presidem o seu surgimento, seu funcionamento, suas mudanças, seu desaparecimento, em determinada época” (MUCHAIL, 2004, p. 11). Importa-nos, portanto, pensar não naquilo que é dito, mas ponderar que todo discurso é formulado a partir de regras sócio-históricas específicas as quais possibilitam a irrupção desse discurso como um acontecimento. Além do mais, a perspectiva de análise foucaultiana estuda os discursos reais, efetivamente produzidos, existentes como materialidades (MACHADO, 2007).

É relevante descrever que o enunciado é o átomo do discurso, a unidade mínima de análise. O enunciado difere de outras formulações, como a frase, a proposição e o ato de fala, pois é entendido como uma função que cruza diversos domínios e, por isso, apresenta uma natureza semiológica, podendo exhibir-se sobre diferentes formatos: verbal, visual ou sincrético (SARGENTINI). Conforme Foucault (2010), a função enunciativa é assinala pelas seguintes propriedades: i) referencial – concerne às leis que singularizam o enunciado

no tempo e no espaço; ii) posição de sujeito – o sujeito do enunciado não deve ser confundido com o autor nem o agente empírico que proferiu um dado dizer, mas a posição ocupada por todo indivíduo para ser o sujeito de um enunciado específico; iii) domínio associado – o enunciado relaciona-se, num campo adjacente, com outros enunciados, tanto com os que já foram produzidos como os que ainda estão por vir; iv) materialidade repetível – o enunciado precisa de um suporte institucional, uma substância, uma data e um local, para poder emergir.

Já a formação discursiva, para Foucault (2010), é concebida como uma série de regularidades que pode ser detectada num regime de dispersão enunciativa. Para o autor, se puder descrever certas recorrências entre enunciados, objetos, tipos de enunciação e escolhas temáticas, haverá uma formação discursiva emoldurada por meio de regras que funcionam a partir de unidades, como objetos, modalidades enunciativas, conceitos e estratégias. A prática discursiva, por seu turno, repousa sobre as regras anônimas e históricas que definem as condições de exercício da função enunciativa.

Ao articular, em *A ordem do discurso*, o discurso com o poder, Foucault (2009) define o discurso como aquilo pelo que se luta, o poder que se quer apoderar. Desse modo, de acordo com o autor, o discurso é perpassado por procedimentos de controle que buscam selecioná-lo, organizá-lo e distribuí-lo.

É a partir de tais mecanismos que não se pode falar tudo em qualquer lugar e circunstância. Os procedimentos de exclusão dos discursos o afetam de modo externo (interdição, separação/rejeição, vontade de verdade), de maneira interna (comentário, autoria e disciplina), bem como atuam sobre os sujeitos que falam (ritual, doutrinas, sociedades do discurso, apropriação social do discurso). De acordo com Sargentini (2018), há uma ordem do



dizer e isso interfere de modo direto na análise dos enunciados efetivamente produzidos que surgem no interior desta ordem do discurso.

Tal ordem matiza-se pela noção de verdade, entendida por Foucault (2019) como intrinsecamente relacionada ao poder. Para esse pensador, a verdade é produzida neste mundo sob diversas coerções e regulamentações de poder, o que implica ponderar que há uma política geral de produção da verdade, responsável por determinar quais tipos de discursos são considerados verdadeiros, bem como apontar quais técnicas e procedimentos são necessários para a obtenção da verdade. Na percepção de Foucault (2019), a verdade está interligada ao discurso científico e as instituições que o produzem, encontra-se submetida a uma constante incitação política e econômica, torna-se objeto de consumo, de informação e de debate político. Podemos, nessa lógica, falar em verdades, no plural, tendo em vista que a heterogeneidade de instituições e de relações de poder existentes inviabiliza a emergência de uma verdade única e transcendental.

Nessa lógica, o poder é concebido por Foucault (2006) a partir de relações, de ações que atuam sobre outras ações. Sendo microfísico e capilar, o poder atravessa todas as práticas sociais. De acordo com o autor, “[...] o poder em seu exercício passa por muito mais longe, passa por canais muito finos, é muito mais ambíguo, porque cada um é, no fundo, titular de um certo poder e, em certa medida, veicula o poder” (FOUCAULT, 2006, p. 104). Desse modo, a concepção de poder que figura das abordagens foucaultianas difere sobremaneira de outras perspectivas como o marxismo, em que o poder se concentra essencialmente nas relações econômicas.

Ao contrário disso, Foucault (2006) entende que há relações de poder entre um homem e uma mulher, entre quem sabe e quem não sabe, entre



pais e crianças e num infinidade de relações em que os dois polos sejam agentes, sou seja, possa escapar, desviar e resistir às relações de poder. Dito de maneira mais específica, o poder, sob o horizonte foucaultiano, é articulado a relações estratégicas, a lutas e a resistências. Segundo Foucault (1999, p. 27), vemos que há uma ligação intercambiável entre saber e poder, porquanto “[...] não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder”. Desse imbricamento resulta a noção de sujeito, a qual escapa de um cogito, de uma consciência transcendental, pois é histórico e, por isso, permanentemente (re)configurado.

Na leitura de Fonseca (2011), vemos que o sujeito em Foucault é situado no esteio de uma abordagem marcada por dois vieses que permitem chegar à construção de uma genealogia do indivíduo moderno, a saber: a objetivação e a subjetivação. A primeira é integrante dos estudos nos quais Foucault problematiza as práticas que objetivam o homem, por meio das tecnologias disciplinares, de maneira a fabricar sujeitos dóceis e úteis; a segunda relaciona-se a práticas que permitem ao homem tornar-se sujeito, a partir de uma identidade que lhe é atribuída como própria. A justaposição desses vieses, conforme Fonseca (2011), concorre para a existência de dispositivos de saber-poder por meio dos quais o sujeito é, ora tomado como objeto, ora levado a prestar atenção a si mesmo e, por meio de uma dobra sobre si, subjetivar-se.

Importante considerar, no desenrolar dessas reflexões, que os sujeitos são levados a prestar atenção a si mesmos e são objetivados por meio de estratégias de poder que podem ser observadas no funcionamento de práticas de governar. Ao empreender uma genealogia de tais práticas, Foucault (2008a) enfoca a premência do poder pastoral como representativo de técnicas de



governo que buscam interligar a religião com a produção de condutas e, com isso, efetivar a gestão dos sujeitos. De acordo com Foucault (2008a), ainda que o cristianismo tenha sofrido uma série de reveses no decorrer do tempo, variadas tecnologias do poder pastoral permanecerem na produção dos modos de ser e estar no mundo, o que explica, pois, a necessidade que se tem de um confessor, de um interlocutor atento a guiar as maneiras de existir. O próprio cristianismo, sustentáculo do poder pastoral (FOUCAULT, 1995), adaptou-se, de modo a encetar modos específicos de lidar com os conflitos dos sujeitos e recriar uma moral em sintonia com a racionalidade do tempo presente (CÔRTES, 2012). Nesse sentido, a figura do *coach* bebe da fonte da confissão religiosa e da extração da verdade característica do governo pastoral e da cultura terapêutica (SANTOS, 2018), com vistas a engendrar toda uma retórica de resolução de conflitos e construção de uma existência produtiva.

Esses processos de objetivação e subjetivação ocorrem no interior de dispositivos de saber e poder. Levando em conta a formação histórica em que estamos inseridos, convém destacar que a aparição dos serviços de *coaching* responde às demandas resultantes da racionalidade neoliberal. De acordo com Foucault (2008b), as transformações ocorridas nas artes de governar na sociedade ocidental conduziram a modos de gestão que levam em conta a estreita vinculação com o mercado, concebido como um regime de veridicção. O autor francês destaca que o neoliberalismo introjeta a lógica do mercado e da concorrência em setores que não estão *a priori* sob o prisma da economia no sentido lato. Ao pensar os impactos dessa corrente econômica, que ganha fôlego a partir das crises econômicas dos anos de 1970, e assinala, especialmente nos Estados Unidos e na Inglaterra, um modo



de administração baseado na descentralização do Estado e na progressiva individualização no âmbito do emprego e da renda, o autor defende que isso afeta sobremaneira a construção das subjetividades, pois, no âmbito da lógica neoliberal, é preciso investir em si e mesmo, ser empreendedor de si mesmo e desenvolver aquilo que Foucault (2008b) chama de capital humano.

Esse capital humano encontra-se alicerçado numa concepção segundo a qual o sujeito é o responsável pelo êxito ou pelo fracasso no investimento que faz sobre si mesmo. Respondendo aos anseios da gramática econômica, convém incitar comportamentos e condutas baseadas numa relação de custo-benefício. No vocabulário corrente, os contornos pecuniários do verbo “investir” são ressignificados noutros campos da vida, como investir em estudo, em formação, investir na carreira ou investir numa relação amorosa, numa ininterrupta corrida, concorrência e desconfiança (HAROCHE, 2011). Os serviços de *coach* sustentam-se nessa razão, porquanto valorizam a emergência de condutas positivas e proativas, por meio das quais o sujeito é continuamente levado a investir e a empreender, superando desafios e riscos. O *coach*, por meio de fórmulas, dicas e toda sorte de estratégias, busca produzir e governar subjetividades em consonância com o espírito empresarial. Como diagnostica Deleuze (2006), os modos de governança da empresa paulatinamente substituem a rotina disciplinar das fábricas, quartéis e hospitais – instituições consideradas por Foucault (1999) como prototípicas de um modelo societário baseado na ordem e controle dos corpos e das subjetividades através do tempo e do espaço. Segundo Porto-Carrero (2009), as disciplinas organizam celas, lugares e classes, de modo a fabricar espaços arquitetônicos, funcionais e hierárquicos cuja função consiste em assegurar a fixação, permitir a circulação, recortar os segmentos individuais e garantir a obediência dos indivíduos numa economia de tempo e espaço.



Ora, não se pode negar que o controle disciplinar desapareceu. Mas, ao contrário dos comandos disciplinares de outrora, vivenciamos outras formas de gestão, pautadas pela sutileza da tecnologia e pela ênfase na liberdade individual como a chave para o sucesso. As consequências disso repercutem, conforme Safatle (2021), em processos de despolitização da sociedade e na crença incontestada da racionalidade econômica como a única racionalidade possível, bem como a progressiva precarização das relações de trabalho. Ainda consoante Safatle (2021), gera-se “[...] um tipo de relação a si, aos outros e ao mundo guiado através da generalização de princípios empresariais de performance, de investimento, de rentabilidade, de posicionamento, para todos os meandros da vida” (SAFATLE, 2021, p. 23).

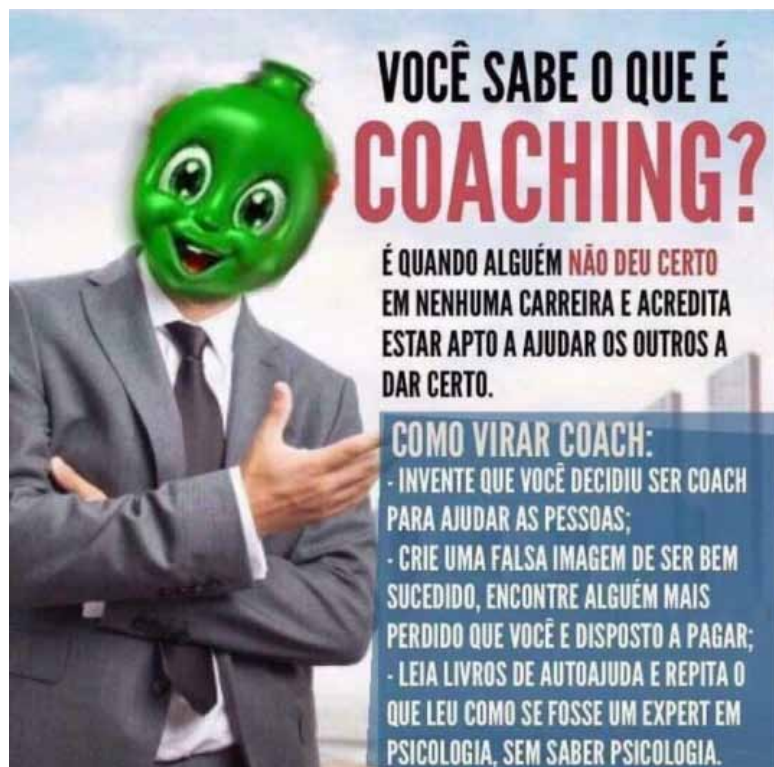
EMBATES DISCURSIVOS EM TORNO DO COACHING: EXERCÍCIO DE ANÁLISE

Nesta seção, analisamos cinco postagens que foram publicadas na página *Dicas anti-coach*, as quais foram coletadas em setembro e outubro de 2019. Começamos a análise, ponderando brevemente sobre o nome da página. O fato de a página apontar para dicas que seriam opostas às que são fornecidas pelo *coach* representa uma espécie de captura de uma estratégia semelhante ao *modus operandi* do *coach*. Noutras palavras, a posição a enunciar nesta página reconhece que é possível descaracterizar a prática do *coach*, tomando como recurso a lógica das dicas e do efeito manual que assinala tal prática. Nesse sentido, é como se fosse necessário ensinar a não ser enganado pelas dicas dos serviços de *coaching*. Isso insere a página num lugar do esclarecimento, de produção de verdades e de relações de



saber, materializadas em posições responsáveis por desmontar a atuação do *coach*, e de poder, pois convém alertar os sujeitos a respeito dos perigos alojados nessas práticas, levando-os a não se deixarem enganar. Vejamos, a seguir, a primeira materialidade discursiva a ser estudada.

Imagem 1: Postagem da página Dicas Anti-Coach



Fonte: *Facebook*.

A primeira materialidade, colhida, conforme antes enunciado, na página Dicas anti-coach⁴, é uma imagem com *design* de *folder* de propaganda. Nela é exibido um sujeito com trajes formais – com terno, paletó e gravata

⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/dicasanticoach/photos/a.439046053213285/729624140822140/?type=3&theater>> Acesso em: 27 set. 2019.



– o que nos remete à figura de um empresário e/ou executivo. Porém, no local em que ficava o rosto do modelo na propaganda, há uma edição em colagem com o rosto do mascote da empresa Dolly, bem como é conhecido, Dollynho⁵. Ao unir a imagem de um personagem com feições infantis e tido como bobo com a de um empresário, a posição que enuncia busca, através de efeitos de sentido que são construídos a partir disso, pôr em descrédito o serviço do profissional *coach*, bem como denota que o sujeito contratante de tal serviço é ingênuo por acreditar e fomentar essa prática, uma vez que empresários são os clientes alvo dos serviços de *coaching* mais comuns e, conforme nos lembram Dardot e Laval (2016), os empresários alicerçam-se numa moralidade empreendedora apoiada em posicionamentos que denotam um alto grau de responsabilidade individual e a valorização do valor de mercado na constituição das subjetividades.

A materialidade em tela contém o seguinte questionamento: “você sabe o que é *coaching*?”, ao questionar acerca do que o *coaching* é, a posição enunciativa antecipa que o sujeito leitor não saiba ao certo a resposta, por isso, é um ente passível de uma informação nova, a ser revelada ao longo do cartaz. Em seguida à pergunta, a resposta vem: “é quando alguém não deu certo em nenhuma carreira e acredita estar apto a ajudar os outros a dar certo”. O “dar certo” é repetido duas vezes e marcados na cor vermelha na resposta fornecida pela posição que enuncia, uma em modo negativo e remete ao *coach*, pois, segundo os enunciados presentes no discurso anti-coach aqui

⁵ Dolly é uma empresa de bebidas brasileira fundada em 1987 pelo empresário Laerte Codonho. O mascote da marca, Dollynho, é um bichinho verde no formato de garrafa e que foi inspirado, segundo o dono da marca, no programa infantil *Teletubies*, famoso nos anos de 1990, o que atesta a popularidade desse personagem junto às crianças. Informação disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/dollynho-inspiracao-dolly-refrigerante/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

postos em destaque, o *coach* é um profissional que não obteve sucesso em nenhuma carreira que se propôs seguir, por isso, segundo a lógica neoliberal, é considerado um sujeito fracassado; e a outra em modo afirmativo, mas com referência ao sujeito *coach*, pois este é impelido a dar certo a partir das práticas de aconselhamento e, assim, ser considerado um vencedor.

Sobre isso, Butler (2018) atesta que a racionalidade neoliberal preconiza a autossuficiência como uma ideia moral e, ao mesmo tempo, engendra formas que inviabilizam a democratização do sucesso no plano econômico, gerando, com isso, a precariedade como uma ação necessária para sustentar esse sistema social. Ou seja, o *coach*, conforme a postagem, seria um produto deste tipo de racionalidade.

A busca pelo sucesso é uma constante na sociedade atual, e ainda mais no ramo empresarial, cuja natureza é essencialmente mercadológica. Um lugar onde a seleção natural e luta pela sobrevivência são fatores preponderantes, “o mais forte é o que vence”, e os sujeitos são instigados a darem certo a qualquer custo. Acerca do construto da imagem do vencedor e do fracassado, Castellano (2014) salienta que os termos usados em modo substantivo é um emprego relativamente novo no Brasil, e são inspirados na figura do “winner” e “loser”, advindos da cultura norte-americana para retratar a condição financeira do sujeito. Pelo que relata: “O winner é o *self-made man* que prosperou, que se tornou exemplo para sua comunidade, que venceu as condições muitas vezes adversas e sagrou-se campeão não em uma prática esportiva, mas na dinâmica social transformada em competição” (CASTELLANO, 2014, p. 105), já o *loser* seria definido como o oposto, aquele que não deu certo, que não conseguiu obter êxito na busca por mobilidade social.



Na materialidade analisada, ainda há o excerto no qual são ensinados procedimentos para tornar-se um *coach* - profissional que conduz o processo de *coaching*. Para tanto, a posição que enuncia elenca três diretrizes, constituídas utilizando-se verbos em modo imperativo e que se integram à “formação” do sujeito *coach* e, nesse momento, podemos flagrar o efeito parodístico do enunciado, a saber: (a) invente que você decidiu ser *coach* para ajudar as pessoas; (b) crie uma falsa imagem de ser bem sucedido, [e] encontre alguém mais perdido que você e disposto a pagar; (c) leia livros de autoajuda e repita o que você leu como se fosse um expert em psicologia, sem saber psicologia. A soma dos enunciados “invente que”, “encontre alguém [...] disposto a pagar”, “crie uma falsa imagem”, “repita o que você leu como se fosse expert em psicologia, sem saber psicologia” denotam efeito de sentido de que o discurso *coach* é falacioso, mercenário e sem embasamento em disciplinas científicas.

A partir das reflexões foucaultianas, entendemos as disciplinas como um princípio regulador do controle de produção dos enunciados e práticas (CALOMENI, 2018), elas, juntamente com o autor e comentário, fazem parte dos procedimentos internos que delimitam o que pode ou não ser dito no interior dos discursos, o autor relata “uma disciplina se define por um domínio de objetos, um conjunto de métodos, um *corpus* de proposições consideradas verdadeiras, um jogo de regras e de definições, de técnicas e de instrumentos” (FOUCAULT, 1996, p. 30), sendo assim, o *coaching* é interdito discursivamente e deslegitimado do campo da psicologia.

Em suma, temos que o sujeito *coach* é visto como alguém cujo caráter é duvidoso, pois busca mais o retorno financeiro através do engodo de tornar outrem bem-sucedido do que auxiliar o *coachee* em seus dilemas e desenvolvimento pessoal. Além do mais é tido como charlatão, uma vez

que não há conhecimento científico que embase sua prática e nem ainda o efeito desta em sua vida.

Imagem 2: Postagem da página Dicas Anti-Coach



Fonte: *Facebook*⁶.

Imagem 3: Postagem da página Dicas Anti-Coach



Fonte: *Facebook*⁷

Nestas duas postagens, tem-se uma regularidade que se mostrou presente nos posicionamentos discursivos presentes na página Dicas Anti-

⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/dicasanticoach/photos/a.439046053213285/729624140822140/?type=3&theater>>. Acesso em: 03 out. 2019.

⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/dicasanticoach/photos/a.439046053213285/7069215864>>. Acesso em: 03 out. 2019.



coach. As materialidades em foco partilham de uma estratégia comum, a de comparar e colocar em xeque o que é dito pelos *coaches* e o que é vivido por estes na vida prática. Vejamos a primeira materialidade, na qual podemos ver do lado esquerdo o Buda em posição meditativa, com punhos erguidos em sinal de bênção aos monges que, de mesmo modo, meditam. Acima da imagem é exibido o dizer “*coach* orientando pessoas”. Isso posto, temos que a posição enunciativa faz circular um efeito de sentido de que o *coach*, ao ministrar suas palestras, é um sujeito cujo discurso se apresenta de modo transcendente, equilibrado e sereno, atributos presentes na prática meditativa, que, por sua vez promulga que o sujeito aceda a um estado específico na relação consigo mesmo por meio da meditação.

Ainda nesta primeira parte da materialidade (lado esquerdo da imagem), é notada a proeminência com que o Buda é colocado, ou seja, em cima de uma rocha, em lugar mais elevado, com um feixe de luz que circunda toda sua cabeça. Ao associar o Buda à figura do *coach* dessa maneira, tendo todos os monges ao seu redor meditando, observam-se as relações de poder exercidas pelos os *coachees*, posto que estes tendem a repetir e aceitar aquilo que o “mestre” lhes diz e agir conforme suas ações. Segundo Foucault, os processos de sujeição contínuos e ininterruptos “sujeitam os corpos, dirigem os gestos, regem os comportamentos etc.” (FOUCAULT, 2019, p. 283). Tais estratégias de poder são criticadas e vistas como enganosas pelo discurso anti-coach.

Essa construção de sujeito gerente de si, no entanto, desfaz-se a partir da segunda imagem (lado direito da imagem), a qual exhibe um indivíduo detido no porta-malas de uma viatura policial. O vidro estilhaçado nos deixa entrever que, em atitude de força e resistência à voz de prisão, o sujeito na imagem depredou o automóvel. É associado a essa imagem o dizer “*coach*

lidando com a própria vida”. Esse dizer denota um desequilíbrio psicológico emocional totalmente oposto ao que retrata a primeira, tal incongruência também toma certo tom humorístico. Com isso, podemos dizer que os enunciados tratam de emoldurar o discurso do *coach* como fajuto e hipócrita, uma vez que o que falam e pregam é o inverso do que é visto no âmbito de suas práticas cotidianas.

Posicionamento semelhante vemos em outra materialidade recolhida na mesma página da anterior, desta vez, uma captura de tela (*printscreen*) de um *tweet*, nele estão cunhados os dizeres “o foda do *coach* é que ele te ensina a ser rico e vai embora de corsa”.

Segundo a posição enunciativa, o fato de o profissional possuir um carro tido como popular descredibiliza a autenticidade do seu discurso, uma vez que a expectativa para sujeitos que se prestam a didatizar o desenvolvimento profissional e pessoal ao ápice do tornar-se “bem-sucedido”, e com isso aquisição de bens e riquezas, é que eles mesmos possuam tais atributos e ostentem certos bens de consumo. Essa concepção firma-se na comprovação de que os saberes emoldurados através da experiência tornam o discurso como verdadeiro. Para Foucault (2019), a vontade de verdade resulta dos efeitos do poder, portanto, o discurso anti-coach se constitui num contraponto às relações de saber-poder do *coaching*, uma vez que não assume essa prática como verídica. Ele atua na resistência aos mecanismos de poder no momento em que produz enunciados que desqualificam a eficácia em termos reais dos métodos *coaching*, sendo que, com certa regularidade, há a circulação de enunciados que se entrecruzam, através de um domínio associado e de uma memória (COURTINE, 2006), com enunciados do tipo “falar é uma coisa, fazer é outra”, o que demonstra certo ceticismo metodológico. Assim, é necessário que o decurso da aplicação dos

atos performáticos do sujeito *coach* seja materialmente palpável e coerente para que, assim, seja considerado um dizer crível.

Parece repousar na configuração deste discurso a máxima que norteava o aparecimento das artes de governar, conforme assinala Foucault (2008a), quando historiciza que, de acordo com tratados do século XVIII, o êxito do governo do Estado, numa relação descendente, estaria relacionado ao governo da família e ao governo de si. Sob essa lógica, o sujeito deveria saber governar a si mesmo para, seguidamente, governar o outro. Vemos essa analogia no caso do *coach*, pois se este não consegue executar na prática os ensinamentos que prega, não teria capacidade de governar o outro, pois falha no governo de si mesmo.

Imagem 4: Postagem da página Dicas anti-coach



Fonte: *Facebook*

A materialidade verbo-visual retrata um teatro de marionetes no qual o ventríloquo é uma figura com feições demoníacas, com chifres, asas de morcego e unhas grandes. Esta figura está associada ao *coach* e segura, por cordas entre seus dedos, duas marionetes, sendo uma a representação do “chefe”, o qual tem feições de raiva e ameaça com uma faca a segunda marionete, a qual representa o “funcionário”, que, de modo submisso, desvia do objeto pontiagudo. Acima da imagem, têm-se os dizeres “quem não concordar com a nova cultura estabelecida na empresa pode ir embora”.

Vemos, por meio do domínio associado, a construção de efeitos de sentido que emolduram o *coach* como um ser maligno e controlador, como um demônio, o qual na cultura judaico-cristã é um ser sobrenatural e pernicioso, capaz de influenciar os homens ao pecado (BIBLIA, 2015), e que não é apenas abstrato, mas se reveste de inúmeras formas animais e humanas (DELUMEAU, 2009). Assim, o *coach* seria esse agente responsável por exercer relações de poder de persuasão através de práticas sobre as autoridades hierárquicas do ramo empresarial a ponto do estabelecimento de uma nova cultura, sendo que a desaprovação por parte de classes hierarquicamente inferiores gerará como consequência a punição, a saber, demissão.

Acerca da exigência sobre o desenvolvimento pessoal e autonomia dos funcionários, vemos que é algo recente na sociedade, uma vez que em sistemas de produção anteriores, tais capacidades não eram necessariamente requeridas. Modelos de gestão fabril de produção em massa como o fordismo e taylorismo, extremamente disciplinares em essência, não necessitavam de exigência intelectual excedente, mas, sim, mecânica, uma vez que os funcionários eram fadados ao exercício de uma única tarefa. Para Ehrenberg (2016), o momento atual, vivido no esteio empresarial pode ser denominado



como era de “gestão pós-disciplinar”, pois mais importa ao funcionário sua autogestão de tarefas, sendo empreendedor de si, do que a obediência a ordens de execução mecânica de tarefas. A “nova cultura estabelecida”, expressa na materialidade, pode ser interpretada como normas gerais de conduta, modelo de ação, ou até mesmo como “espírito de empresa”. Acerca desses elementos, o autor antes citado relata “[...] Eles participam das transformações das formas do exercício de autoridade, são um elemento desse conjunto de técnicas de gestão que buscam suscitar, da parte dos empregados, atitudes de adesão institucional à empresa e de implicação no trabalho” (EHRENBERG, 2016, p.78).

Sendo assim, exige-se dos funcionários um aprimoramento de seu exercício enquanto empregado, o qual deve ser feito em consonância aos princípios de gestão que regem a empresa. Na materialidade, caso isso não ocorra, esse sujeito deverá ser descartado, pois ele não coaduna com o compromisso institucional. Na era de gestão pós-disciplinar, descrita pelo autor, a adesão aos valores institucionais faz parte do ponto central da gestão participativa. Tais práticas emparedam funcionários a agirem de certo modo, pois assim constituirá uma empresa alinhada em valores, missão e visão de mercado, o que provoca, segundo Dunker (2021), uma cultura de formação permanente, de atualização contínua, de flexibilização normativa que insere a adaptabilidade funcional como um valor inquestionável. Na posição de sujeito da postagem, a figura diabólica do *coach* enceta essa disputa e rivalidade permanentes. Com tom de sátira, a materialidade discursiva em análise exacerba os tons, pintando com cores fortes a nefasta influência do *coach* no ramo corporativo.



Imagem 5: Postagem da Página Dicas Anti-coach



Fonte: *Facebook*⁸

A quinta materialidade presente no *corpus* toma por título o enunciado “dica anticoach”, que, escrito em caixa alta, chama a atenção do leitor para o que será dito posteriormente. Ao optar por elencar apenas uma dica, e não “dicas”, como é usual em postagens, é gerado um efeito de sentido totalizante, ou seja, a suma importância daquilo que se é dito, a coisa primária, central do “anticoachismo”.

É pertinente atentarmos para a construção da imagem, que usa o meme da personagem Lisa Simpson, da série de animação *Os Simpsons* (1989-atual)⁹, fazendo uma palestra. O meme circulou na *web* com o intuito de construir

⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/dicasanticoach/photos/a.439046053213285/703804856737402/?type=3&theater>>. Acesso em: 03 out. 2020.

⁹ Trata-se de uma série animada, criada por Matt Groening, que satiriza o estilo de vida americano, a partir dos personagens da família Simpson. O primeiro episódio da série foi exibido em fevereiro 1989 e até hoje já foram veiculados mais de 600 episódios.



um efeito de um franco, de falar verdades, *grosso modo*, “nuas e cruas”, visto que as expressões faciais da personagem são sobremodo sérias. Cabe salientar que a personagem é tida como a mais estudiosa do *cast* da série, sendo por vezes descrita como superdotada de inteligência - tais atributos corroboram para o acontecimento do meme em usá-la como temática, uma vez que são produzidos efeitos de verdade através da credibilidade de sua conjuntura. A dica presente na materialidade é: “todo cadáver encontrado no Everest já foi algum dia alguém motivado, proativo e fora da sua zona de conforto”. Tal enunciado faz referência, via domínio associado, ao que é mormente usado como técnica de motivação pelos profissionais do *coaching*.

Assim, os dizeres “motivado”, “proativo”, “fora da sua zona de conforto” fazem parte de uma série de enunciados pertinentes àquela formação discursiva e produzem o efeito de poder do gerenciamento de si para performances cada vez mais elevadas, num desafiar dos limites de cada sujeito para a consecução do desenvolvimento pessoal. Ao utilizar termos como “cadáver”, a voz que enuncia acarreta a possibilidade real do fracasso, uma vez que o discurso *coaching* esmaece a probabilidade da perda e do insucesso, criando expectativas de sempre conquistar um resultado vitorioso. Ao apontar para um exemplo de malogro a morte dos que tentam escalar o monte Everest, a posição de sujeito da postagem busca mostrar como, no funcionamento dos mantras da flexibilidade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016; VEIGA-NETO, 2018), repousa a irrupção de comportamentos que podem ser danosos para os que aceitam as normas do *coach*.

Em linhas gerais, os enunciados presentes nas postagens estudadas constroem-se por meio do referencial relativo às condições de possibilidade que fazem disseminar a prática do *coach* no centro da racionalidade neoliberal,

na qual os sujeitos são admoestados a executar um laborioso trabalho sobre si mesmos, por meio de uma concorrência que não diz respeito somente ao outro como a si próprio (SANT'ANNA, 2019); os posicionamentos do sujeito enunciativo nas postagens averiguadas esforçam-se no intento de demonstrar que a existência do *coaching* só é possível no campo da enganação e, para isso, mobilizam discursos já ditos para mostrar que o *coach* é inserido no âmbito do charlatanismo e da fraude, os quais vêm a lume por meio do domínio associado; há uma regularidade do ponto de vista da materialidade repetível dos enunciados, uma vez que as postagens são constituídas por meio da hibridização entre o verbal e a imagem, na interface entre diversas redes sociais existentes (vide, por exemplo, a publicação do *Twitter* que circula na página analisada).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises empreendidas neste escrito permitiram notar que a figura do *coach* é tida como falaciosa, pois, com regularidade no discurso anti-coach, há a circulação de enunciados que o emolduram como alguém cuja vida se apresenta incoerente com aquilo que prega, aconselha e orienta na vida do outro. As condições de possibilidade que fazem emergir a prática do *coaching* permitem a produção e circulação de enunciados, segundo os quais estes profissionais não podem ser considerados confiáveis, principalmente porque o modo como eles gerem a si mesmos difere frontalmente do que apregoam nos cursos e treinamentos dos serviços de *coaching*.

A descrição da produção de verdades e o funcionamento das relações de saber-poder que constituem as estratégias discursivas sobre o *coaching* nas páginas possibilitaram constatar que, além de falacioso, as postagens



concebem o discurso do *coaching* como um engodo, de modo a objetivar os sujeitos que contratam os serviços destes profissionais como vítimas. Na materialidade repetível dos enunciados, foi possível observar as seguintes constatações: a) os discursos das postagens da página constroem o *coach* como um sujeito de origem nebulosa que, ao não obter sucesso em sua carreira, encontra na prática do *coaching* a oportunidade de ludibriar os demais; b) o *coach*, uma vez que entra por um desvio de rota nesta seara, não conseguem administrar sua vida pessoal e financeira, entrando, assim, em inequívoca contradição com aquilo que pregam; c) no cerne do universo corporativo, o *coach* é responsável por colaborar maquiavelicamente com a construção de verdades nas quais o funcionário é levado a se adaptar com a lógica da empresa, sob a pena de ser demitido, de modo a precarizar as relações de trabalho; d) o *modus operandi* do discurso excessivamente positivo e motivacional do *coach* pode ser desmontado por meio de um contradiscurso que enxerga na positividade em demasia o florescer de comportamentos arriscados e de atitudes irrefletidas que podem trazer consequências danosas.

A página Dicas anti-coach no *Facebook* surge na resistência aos modos subjetivação preconizados na prática do *coaching*, buscando tratar, com tom humorístico e sarcástico, práticas presentes no discurso do *coach*, de modo a descaracterizar esse tipo de serviço, enxertando-o no campo da fraude e do charlatanismo. Esses discursos procuram, pois, negar a existência de quaisquer benefícios do *coaching* na gestão dos sujeitos. Através de relações de saber-poder, os enunciados que circulam na página abordada deslegitimam enunciados *coach* proferidos com valor de verdade na *web*, por meio da atuação de uma posição de sujeito que esclarece os usuários

das redes sociais supracitadas sobre os perigos iminentes que a prática do *coaching* pode ocasionar, principalmente por não se ancorar no regime de verdade da ciência. Sendo assim, a prática *coaching*, pelo que pudemos constatar, é tida como um mecanismo fraudulento e mercenário.

REFERÊNCIAS

BÍBLIA. A.T. **A tentação de Eva e a queda do homem**. Tradução de João Ferreira Almeida. Rio de Janeiro: Casa Publicadora das Assembleias de Deus, 2015.

BUTLER, J. **Corpos em aliança e a política das ruas**: notas para uma teoria performativa de assembleia. Trad. Fernanda Siqueira Miguens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CALOMENI, T. “O ronco surdo da batalha: poder disciplinar e biopolítica”. *In*: RESENDE, H. (Org.). **Michel Foucault**: o ronco surdo da batalha. São Paulo: Intermeios, 2018, p. 215-239.

CASTELLANO, M. Cultura da autoajuda: surto do aconselhamento e a bioascese na mídia, **E-compós**, Brasília, v. 15, n. 1, p. 1-13, 2012. Disponível em: <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/685>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

CASTELLANO, M. **Sobre vencedores e fracassados**: a cultura da autoajuda e o imaginário do sucesso. 2014. 191 f. Tese (Doutorado) -- Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2014.

CONSELHO BRASILEIRO DE PSICOLOGIA. **Nota orientativa sobre o coaching**. 2019. Disponível em: <<https://site.cfp.org.br/wp-content/>



uploads/2019/03/14_03_2019_Nota-Orientativa-sobre-COACHING.pdf>.
Acesso em: 19 set. 2020.

CÔRTEZ, Mariana. **Diabo e fluoxetina** = formas de gestão da diferença. 2012. 384 p. Tese (doutorado) -- Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas: Campinas, 2012.

COURTINE, J. J. **Metamorfoses do discurso político**: as derivas da fala pública. Trad. Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho. São Carlos: Claraluz, 2006.

DELUMEAU, J. **História do medo no Ocidente 1300-1800**: uma cidade sitiada. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

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

DELEUZE, G. Pós-scriptum sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, G. **Conversações**. Trad. Peter Pál Pelbart. São Paulo: Editora 34, 2006, p. 219-226.

DUNKER, C. “A hipótese depressiva”. In: SAFATLE, V.; SILVA JUNIOR, N.; DUNKER, C. (Orgs.). **O neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021, p. 168-205.

EHRENBERG, A. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. 2. ed. São Paulo: Ideias & Letras, 2016.

FERREIRA, J. M. Do coach tradicional ao coaching ressignificado: novas práticas, saberes e formas de trabalho na sociedade informacional. In: VI Jornada Brasileira de Sociologia, 2019, Pelotas. **Anais eletrônicos...** Pelotas, n.p., VI Jornada Brasileira de Sociologia, 2019. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/jbs/files/2019/10/Julio-Marinho.pdf>>. Acesso em: 11 jul. 2020.



FONSECA, M. A. da. **Michel Foucault e a constituição do sujeito**. São Paulo: EDUC, 2011.

FONSECA, T. M. G. “Apresentação: Foucault somos nós”. In: FONSECA, T. M. G.; ABRANTES, Esther Maria de M. **Cartas a Foucault**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. In: RABINOW, P.; DREYFUS, H. **Foucault: uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Trad. Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 231-250.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Trad. Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1999.

FOUCAULT, M. **Estratégia, poder-saber**. Trad. Vera Lúcia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. (Coleção Ditos e Escritos; IV).

FOUCAULT, Michel. **Segurança, território e população: curso dado no Collège de France: (1977-1978)**. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008a.

FOUCAULT, Michel. **O nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France: (1978-1979)**. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 19. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

FOUCAULT, M. “Soberania e disciplina”. In: FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 9. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019, p. 278-295.

GREGOLIN, Mario do Rosário. “Michel Foucault: uma teoria crítica que entrelaça o discurso, a verdade e a subjetividade”. In: FERREIRA, R.;



RAJAGOPALAN, K. (Orgs.). **Um Mapa da Crítica nos Estudos da Linguagem e do Discurso**. Campinas: Pontes, 2016, v. 1, p. 115-142.

HAROCHE, C. O inavaliável em uma sociedade da desconfiança, **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 37, n.3, p. 657-676, set/dez. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022011000300014>. Acesso em: 07 jul. 2020.

MACHADO, R. **Foucault, a ciência, o saber**. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2007.

MORAES, M. de. Coach quântico diz mudar vidas das pessoas, só não convence cientistas, **Uol**, 2020. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/01/07/a-febre-dos-coaches-quanticos-que-prometem-reprogramacao-energetica.htm>>. Acesso em: 19 set. 2019.

MUCHAIL, S. T. **Foucault, simplesmente**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

NASCIMENTO, J. V. P. H.; RODRIGUES, J. G.; CORREIA, A. M. P.; CASTRO, L. N. P. O. *Coaching* como ferramenta de desenvolvimento de novas habilidades em discentes do curso de Administração, **Perspectivas online**, Campos dos Goytacazes, v. 10, n. 28, 2020.

OLIVEIRA-SILVA, L. C.; CARVALHO, P. S. F.; WERNECK-LEITE, C. D.; ANJOS, A. C. Desvendando o Coaching: uma revisão sob a ótica da psicologia. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 38, n. 2, p. 363-377, jun. 2018.

PORTOCARRERO, Vera. “Ordem biológica, poder disciplinar e normalização”. In: PORTOCARRERO, Vera. **As ciências da vida: de Canguilhem a Foucault**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2009, p. 195-219.

REVISTA PEGN. **Coaching pode virar crime no Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2019/05/coaching-pode-virar-crime-no-brasil.html>>. Acesso em: 19 set. 2020.

ROSÁRIO, M.. Dono da Dolly revela as inusitadas inspirações para o personagem Dollynho, **Veja São Paulo**, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/dollynho-inspiracao-dolly-refrigerante/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

SAFALTE, V. “A economia moral neoliberal e seus descontentes”. In: SAFATLE, V.; SILVA JUNIOR, N.; DUNKER, C. (Orgs.). **O neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021, p. 10-38.

SALLES, W.; VIEIRA, F. O.; SOUZA, M. S.; BARROS, S. R. S. “O canto do coaching”: uma análise crítica sobre os aspectos difundidos do triunfo ágil difundido no Brasil, **Gestão e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 13, n. 36, p. 3231-3160, 2019.

SANT’ANNA, Denise Bertuzzi de. “Hayek na praia”. In: BUTTURI JUNIOR, Atílio; CANDIOTO, César; SOUZA, Pedro de; CAPONI, Sandra. **Foucault & as práticas de liberdade I: o vivo & os seus limites**. Campinas: Pontes, 2019, p. 161-174.

SANTOS, A. S. **Discurso, moralidade e experiência amorosa: narrativas sobre relacionamentos abusivos e a produção de subjetividade contemporânea**. 2018. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) -- Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2018.

SARGENTINI, M. V. O. “A Análise do Discurso e a natureza semiológica do objeto de análise”. In: GREGOLIN, M. R. V.; KOGAWA, J. M. M. (Orgs.). **Análise do Discurso e Semiologia: problematizações contemporâneas**. Araraquara: Cultura Acadêmica, 2012, p. 101-120.

SARGENTINI, V. M. O. Há em Foucault um gesto inaugural nos estudos do discurso? **Heterotópica**, Uberlândia, v.1, n.1, p. 34-47, jun./2019. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/RevistaHeterotopica/article/view/48526>. Acesso em: 10 mar. 2020.



SILVA, D. D. C.; NELSON, R. E.; GINES JUNIOR, C. S. A relação dos valores pessoais entre o empreendedor e o *coach*, **Recima21**, Jundiaí, v.1, n.2, p. 65-97, 2020.

TUCHERMAN, I.; CAVALCANTI, C. B. C. Subjetividade contemporânea em uma sociedade biotecnológica de mercado, **Ciberlegenda**, Niterói, v. 32, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36978>>. Acesso em: 19 set. 2020.

VEIGA-NETO, A. “Neoliberalismo e educação: os desafios do precariado”. In: RESENDE, H. de (org). **Michel Foucault**: a arte neoliberal de governar a educação. São Paulo: Intermeios, 2018, p. 33-44.

VEJA. **Em um coach, deve-se buscar ciência, sugere psicólogo**. O americano Scott Kaufman falou à Veja sobre coaching e educação; ele vai para o Brasil para palestra em São Paulo. 2019. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/ciencia/em-um-coach-deve-se-buscar-pela-ciencia-sugere-psicologo/>>. Acesso em: 19 set. 2020.