
Você não paga conta com a fórmula de Bhaskara: uma análise de discurso dos jovens influenciadores contra a educação¹

Cassio Martinez²

Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM

Resumo

O artigo propõe uma análise de discurso de jovens influenciadores conhecidos como "Coaches Mirins", que propagam conteúdos contrários à educação formal nas redes sociais. O método de análise é a análise de discurso de linha francesa (Foucault, 1970; Maingueneau 2004; 2008, Amossy, 2010) e investiga-se como esses sujeitos, ancorados no *ethos* do capitalismo financeirizado (Sodré, 2021; Dardot; Laval, 2016), deslegitimam a escola tradicional e promovem uma lógica liberalizante para o ensino. Os resultados indicam que esses discursos reforçam a racionalidade neoliberal, posicionando a educação crítica como obsoleta diante de um ideal de sucesso financeiro imediato.

Palavras-chave: análise de discurso; linguagem; educação; capitalismo financeirizado.

Consumo, mídia e educação no capitalismo financeiro

À medida que a sociedade se desenvolve, o modelo de gestão do capitalismo ganha novos contornos e aprofundamentos. Na paisagem atual, o que se apresenta no horizonte, sobretudo dos sujeitos dentro das metrópoles, é uma forma de gestão de todas as instâncias da vida impregnadas pelo neoliberalismo como a racionalidade política, que, como explica Dardot e Laval “pode ser definido como o conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência (2016, p. 16)”. Assim, na dinâmica de financeirização dos indivíduos, estende-se essa lógica econômica a todos os domínios da vida, transformando o indivíduo em um empreendedor de si mesmo, que é, mais precisamente, “uma reinterpretação da noção clássica de cultura, com a ética específica da autoajuda, agora voltada para a formação de capital humano” (Sodré, 2021, p. 114).

Deste modo, é possível observar que essa é a realidade que conecta os indivíduos dentro desse regime neoliberal. No interior desse ambiente, os sujeitos buscam ampliar sua capacidade empreendedora para os demais espaços da sua vida, e assim aptidões, deveres e sua capacidade de desenvolvimento intelectual são vistos como teor monetário, no qual se deve investir para gerar rendimentos (Andrade, 2019). O sujeito

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutorando no programa de Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES): cassio.martinez@acad.espm.br

contemporâneo, responsável pelo próprio sucesso deve fazer as melhores escolhas, para isso ele precisa reconfigurar seu modo de consumo, transformando suas habilidades e competências em uma espécie de capital simbólico. Desta forma, o consumo torna-se uma forma de expressão do capital humano de extrema relevância para esse sujeito (Fontenelle, 2012).

Assim, a partir desta realidade inescapável, o indivíduo passa a incorporar o discurso capitalista financeirizado, afinal o sujeito introjeta o discurso e o promove em seu estilo de vida (Fontenelle, 2012). No esteio dessa sociedade, onde os sujeitos se conectam de diversas formas a partir do consumo intercambiando trocas simbólicas na construção de ritos culturais (Fontenelle, 2017, García Canclini, 2015), é possível emergir sujeitos que são coaptados por esse discurso já na juventude e passam a promover esse conteúdo nos ambientes digitais. Esse é o caso dos chamados Coaches Mirins³, sujeitos que internalizaram as narrativas de uma sociedade neoliberal, que tem no seu cerne a financeirização como característica central, inclusive que utilizam métodos pedagógicos para introjetar o discurso do capital em uma característica significativa de educação.

Entendemos que esses jovens com discursos liberalizantes promovem uma torção na lógica narrativa da educação, questionando a capacidade da educação formal de preparar os indivíduos para os desafios da sociedade. Seus discursos se direcionam para os jovens, e os conteúdos desses discursos são permeados por elementos que desautorizam os sujeitos a manter-se na escola formal caso queiram ter uma vida de bonança, apresentando, como caminho, o empreendedorismo já na juventude.

Entretanto, esse discurso precisa circular de forma constante para que possa ser absorvido, é nesse ponto que a mídia se conecta com a construção de sentido e com o *ethos* de uma face do capitalismo com o aprofundamento dos ditames neoliberais, afinal, o *ethos* se constitui por “um conjunto de opiniões, crenças e representações próprias de uma comunidade e que, a seus olhos, têm o valor de autoevidência e a força de universalidade⁴” (Amossy, 2010, p. 29). Logo, ele se constitui a partir de modelos culturais e representações preexistentes que compõem o imaginário social e são proeminentes de uma construção comunicacional que se elabora por meio da circulação

³ Adotamos esse nome por conta da repercussão midiática que esse termo teve em grandes portais, a exemplo o veículo O Globo com a matéria “Coaches Mirins: Jovens Buscam Autonomia nas Redes, mas Especialistas Apontam Riscos”. Disponível em: <https://bit.ly/3HWpPQ1>. Acesso em: 10 jun. 2025.

⁴ No original: un ensemble d’opinions, de croyances, de représentations propres à une communauté et qui ont à ses yeux valeur d’évidence et force d’universalité.

social dos discursos e por comunidades de discursos (Maingueneau, 2008; Amossy, 2010).

Outrossim, o discurso que circula no ambiente midiático, sobretudo na chamada mídia de negócios, pavimenta um ambiente que reúne um conjunto de possibilidades para que esse tipo de *ethos* seja propagado. Ademais, essa construção de discurso se faz através de um processo extenso da mídia, uma vez que "o foco na mídia de negócios deixa transparecer mais claramente a relação entre consumo como investimento e a promoção do capital humano" (Fontenelle, 2012, p. 138).

A mídia tem papel importante nesse processo de produção de sentido no contemporâneo, já que os sujeitos possuem seus canais de mídia onde impera um regime de alta visibilidade e midiatização, em uma lógica comercial nas plataformas de mídias sociais (Hepp, 2020). Dessarte, dentro de uma lógica em que todos somos mediadores, como postula Silverstone (2002), a mídia modula e produz a nossa realidade. Para além de ser espaço de informação e entretenimento, ela povoa nosso espaço de reconhecimento "à medida que avaliamos, ou não avaliamos, nossas imagens e nossas vidas em comparação com aquelas que vemos na tela" (Silverstone, 2002, p. 42/43).

Quando ampliamos o quadro para colocar o enfoque no domínio da palavra, precisamos lembrar que o discurso que circula na mídia é promovido e construído pelas instâncias de poder que podem colocar esses discursos em circulação (Foucault, 1970). Os discursos não são constituídos sem que seja tensionado o processo de disputa por poder e pela ordem do que pode ou não pode circular. O processo de produção e circulação são promovidos por um conjunto de fatores favoráveis a essa promoção e um espaço social que permita sua circulação. Ademais, "o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar" (Foucault, 1970, p. 10).

Ao analisar os ordenamentos discursivos dos Coaches mirins, é possível perceber que eles constroem suas narrativas no coração do capitalismo financeirizado, empregando seus discursos à medida que se constituem como indivíduos. Os discursos que esses sujeitos colocam em circulação possuem o seu devido caráter ideológico e são constituídos por meio de signos (Bakhtin, 2006), esses, por sua vez, simbolizam, a partir das suas conexões, o que acima chamamos de *ethos* do capitalismo financeirizado. Quando o sujeito coloca em circulação um conteúdo nas redes sociais, como veremos abaixo, dizendo que "a escola não te preparava para vender" (Tabela 1, AF1), há um

caráter semiótico empregado a esse discurso que visa perpetuar a ideologia vigente, uma vez que “cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade” (Bakhtin, 2006, p. 31).

A seguir, analisaremos os discursos desses perfis e suas construções narrativas, com o objetivo de compreender como se dá o processo de produção de sentido e os ordenamentos que buscam introduzir uma lógica comercial e empreendedora aos jovens.

Análise do discurso dos jovens contra a educação

Optamos pela Análise de Discurso de linha francesa por entendermos que nosso objetivo nesse trabalho é promover o escrutínio das mensagens que estão por trás dos conteúdos encontrados nos perfis do Instagram dos dois influenciadores digitais Alejandro Ferreira e Rafael Roy, além da escola DigitalZ Educação e, assim, desvelar o discurso em suas múltiplas relações e articulações — entre o dito e o não-dito, os ordenamentos éticos e estéticos presentes na complexidade dos discursos (Maingueneau, 2008), bem como “os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso” (Foucault, 1970, p. 39).

Para fins de análise, pretendemos averiguar: (1) o sujeito da mensagem; (2) a enunciação estabelecida; (3) o enunciado escolhido; (4) as condições de enunciação; e (5) o *ethos* do discurso, de modo que, por meio da mensagem, o enunciador se revele (Maingueneau, 2004). Assim, definimos, como corpus dessa pesquisa, nove conteúdos produzidos e disseminados nos perfis do Instagram de Alejandro Ferreira e Rafael Roy, influenciadores juvenis e o perfil da escola DigitalZ.

Abaixo temos as narrativas analisadas na Tabela 1. Priorizamos as análises dos conteúdos na íntegra e, posteriormente, fizemos uma seleção para que pudéssemos constituir um corpus de nove publicações feitas no Instagram Feed, sendo seis no perfil da DigitalZ Educação e três no perfil do seu sócio Alejandro Ferreira. Esses conteúdos foram escolhidos de forma arbitrária, após analisar todos os conteúdos publicados no Instagram Feed da DigitalZ Educação e dos sócios Alejandro e Rafael. Ao todo, analisamos 311 publicações e selecionamos apenas os materiais com conteúdo que propaga discursos contra a educação escolar. Desta forma definimos o corpus da pesquisa. Deixamos também os materiais de acesso aos conteúdos na tabela, sendo que todos eles foram coletados no dia 18 de junho de 2025.

Tabela 1: Coleta de conteúdo para análise

Código	Legenda	Áudio Transcrito	Data	Link de acesso
DZA1	Muitos Professores lutam com isso, mesmo quando são ignorados, porque acreditam que o conhecimento pode mudar vidas.  Siga a digitalizacao #cortesdza #jovemempreendedor #marketingdigital	Ser professor de rede estadual ou numa escola pública deve ser horrível. O cara tem que ser muito lutador, porque deve ser horrível. Imagina entrar numa sala em que tá todo mundo cagando pra sua existência. Horrível, mano. E ensinar na internet é diferente. É muito mais prazeroso. Só que ensinar pra um grupo de pessoas, às vezes, desinteressadas no assunto, aí é chato. Esse é o ponto: o desinteresse que é o ponto. Acho que se você ensina num local onde todo mundo pagou pra saber uma informação que tu tens, aí é muito diferente. Todo mundo está motivado ali.	09/02/2025	https://www.instagram.com/p/DF3yuXnN-AG/
DZA2	Por mais que a escola seja essencial em muitos aspectos, ela deixa a desejar quando o assunto é “negócios”. Como por exemplo: não faz nenhum sentido o professor que nunca montou um negócio dar aula de empreendedorismo!  Siga a digitalizacao #cortesdza #jovemempreendedor #marketingdigital	Não tem como a escola aplicar, especificamente, uma aula de empreendedorismo, porque precisa de um professor que seja CLT para dar uma aula de empreendedorismo. É um pouco difícil, né? A logística é muito mais fácil na faculdade, por exemplo. Na faculdade, há professores de administração que vão ensinar administração de empresas etc. Mas eu ainda acho que não é tão eficiente quanto, por exemplo, uma imersão em que você vai com grandes empresários ou, sei lá, cursos como os do G4 (educação), por exemplo, que são com pessoas que realmente têm resultado investindo, dando aula, e que são, tipo, aulas online. As imersões são algo totalmente rentável para eles. É como se o negócio deles fosse mais interessante do que, tipo, dar aula em uma faculdade ou em uma escola, por exemplo. Então, é muito difícil ter uma boa educação em empreendedorismo nas escolas, porque é difícil encontrar um profissional que vá lá e tenha know-how sobre isso.	11/02/2025	https://www.instagram.com/p/DF85nMZv-Xx/
DZA3	Somos contra o sistema e não contra a escola em si  Siga a digitalizacao #cortesdza #jovemempreendedor #marketingdigital	Eu sou contra o sistema. Eu tudo culpa do sistema também. É muito triste a realidade de quem quer viver 100% da faculdade, do caminho tradicional. Que a pessoa, ela estuda ali 5 anos, ela fica a vida toda estudando sobre aquilo, fazendo a faculdade, se forçando pra fazer prova. Muitos jovens ficam chorando por conta das provas, e, tipo, passando todo aquele estresse mental. Pra no final, a pessoa, sei lá, que saiu de lá e ganhar o que? Dois mil reais? Isso é algo que, tipo, pra ela escalar... É humilhada, (trabalha) seis por um. Exato. Então assim, pra ela escalar, é muito mais difícil. As coisas que o sistema poderia proporcionar pra gente, mas ele não proporciona. É o que a gente prega, tá errado, tá mal direcionado.	15/02/2025	https://www.instagram.com/p/DGGeJdyuPD8/
DZA4	Tudo só depende de você!  Siga a digitalizacao #cortesdza #jovemempreendedor #marketingdigital	Então o cara está lá na empresa há 30 anos e, do nada, a empresa vai falir e o cara sai. Então, não é uma estabilidade. Isso nunca vai existir. Não existe estabilidade. Tudo depende unicamente da gente. Então, não é a faculdade que vai gerar resultado, não é curso, não é absolutamente nada. Tudo depende de você. Não é a faculdade, não é a escola, não é o sistema, não é o curso, não é a DigitalZ. Lógico que o que a gente está fornecendo aqui são ferramentas e conhecimento, mas aí depende de você aplicar e ter ambição para conseguir chegar lá.	15/02/2025	https://www.instagram.com/p/DGHMtKFPbnT/
DZA5	Faça por você!  Siga a digitalizacao #cortesdza #marketingdigital #jovemempreendedor	Então, faculdade não é tudo. Esquece, porque o mercado de trabalho é muito mais duro do que você imagina. Se você está buscando estabilidade no mercado de trabalho, é uma mentira, é uma farsa. Hoje em dia, o mercado de trabalho, no final das contas, a escola forma um monte de gente para poder fazer vestibular. Prometendo que, no vestibular, você vai passar na faculdade. Prometendo que, na faculdade, você vai arrumar um emprego. Prometendo que esse emprego vai te gerar estabilidade ou sucesso financeiro. A verdade nua e crua é que não vai. Não tem emprego pra todo mundo. O país está quebrado. E isso é uma realidade de muito tempo. E, quando eu fui demitido na pandemia, o que fez virar o jogo — e eu comecei a empreender — foi porque eu não queria mais tomar portada na cara. Eu não queria mais ir para uma entrevista de emprego, com um currículo bom, já ter trabalhado em escritórios bons, com experiência. O cara fala assim: não quero.	16/02/2025	https://www.instagram.com/p/DGJOYhOvhEe/
DZA6	A escola é essencial pra qualquer adolescente, porém se ele colocar todas as fichas nela, ele vai se arrepender.  Siga a digitalizacao #cortesdza #jovemempreendedor #marketingdigital #polemica	A vida é muito além de Bhaskara, é muito além. O que manda no mundo é o dinheiro. E o jovem sai da escola sem saber o básico sobre dinheiro. A escola é um plano essencial, tá? A gente questiona, a gente critica, mas a gente não anula, a gente não rebate. A escola tem que estar presente na vida dos jovens, só que, se ele depender somente dela e colocar toda a expectativa dele em relação à escola somente na escola, aí vai dar ruim, ele vai se frustrar. Ele vai ver que a vida é muito além da escola, é muito além de uma fórmula matemática.	22/02/2025	https://www.instagram.com/p/DGY2X9xPkjs/
AF1	VEJA O VÍDEO ATÉ O FINAL ANTES DE OPINAR! Não sou contra a escola... eu somente aponto falhas dentro da educação com histórias práticas. Precisamos de MAIS conteúdo aplicável e menos teoria. Os jovens precisam ser treinados, precisam de incentivo, precisam de uma virada de chave.	A escola te prepara para ser funcionário... Eu estava no 9º ano e a escola nunca sequer tinham me ensinado sobre crédito e débito. Quando eu estava no 1º ano do ensino médio, começaram ali a colocar umas aulas de finanças que, inclusive, eram muito boas. Eu gostava muito do professor, que falava de função financeira. Mas, infelizmente, ainda era raso. A escola não te preparava para vender. Mas é lógico que é muito importante, sim, fundamentos como matemática, português... esses pontos são, sim, muito importantes para a sua vida. Mas, infelizmente, a grande maioria deles, a grande maioria, não paga conta. Você não paga conta com a fórmula de Bhaskara. Entenda que a escola é importante, sim. Porém, ela é incompleta. Você não pode depender unicamente dela. Vá atrás de novas fontes de conhecimento, vá atrás de novas fontes de saberes. Procure saber sobre dinheiro, emprego, vendas, inteligência emocional e artificial. O cara tem que entender tudo.	02/04/2025	https://www.instagram.com/p/DH9I2hoM8Yh/

	Me siga para evoluir. 			
AF2	Atenção: Leia a legenda. Esse vídeo é um corte de uma palestra que fiz ano passado, e em momento algum eu ridicularizo quem quer fazer o enem, e sim, usei como explicação para o conceito que estava apresentando na palestra: funil. Me siga para evoluir!	Supondo que existam ali 1.000 pessoas que vão se matricular no Enem. Dessas 1.000 pessoas, 900 vão fazer a prova e 200 vão passar. Dessas 200, umas 150 vão entrar na faculdade. Dessas 150 que entraram na faculdade, supondo que 40 se formem. É um bom número. É um bom número. Dessas 40, supondo que a maioria não vá exercer a profissão, então 30 vão exercer a profissão, 10 saíram ali. Dessas 30, supondo que 5 consigam ali ganhar mais de R\$ 5.000 por mês. Então, é um funil. Tudo é um funil na sua vida.	17/04/2025	https://www.instagram.com/p/DlkOnOYMNNI/
AF3	8 horas por dia estudando para passar no vestibular... ou, aprender uma profissão nova no digital? Me siga para evoluir e aprender mais sobre empreendedorismo e marketing digital!	Tem gente que passa oito horas por dia estudando pra passar no vestibular. Se ele pega essas oito horas e coloca no marketing digital pra aprender alguma profissão, aprender algum assunto ali 'da hora'... Supondo que a pessoa estude ali, sei lá, vamos pegar uma pessoa normal que quer fazer o ENEM hoje, vestibular, ela estuda seis horas por dia. Se ela pegar dessas seis horas e tirar uma hora por dia, em dez dias ela tem dez horas no total de estudo. E na DZA tem mais ou menos umas dez, doze horas de conteúdo. E a gente já confirma que, se você assiste todo o conteúdo da DZA, a pessoa já tem uma base de conhecimento muito grande. E, além de preparada, ela já entrou em prática, porque a gente tem essa metodologia de conhecimento x prática, né? É pegar esse tempo, tirar uma hora do seu dia já pra investir em conhecimento ali. É o suficiente.	26/04/2025	https://www.instagram.com/p/Dl7TxYMyxJE/

Fonte: elaborado pelo autor

Desta forma, começamos nossa análise apresentando os sujeitos da mensagem que estão disseminando os conteúdos analisados. Assim, é possível verificar, por toda a condução narrativa, que ambos os indivíduos, produzem discursos que constroem um imaginário de sucesso pelo capital. Tanto Rafael Roy, que aparece em menor nível nos conteúdos, quanto Alejandro Ferreira, que se mostra com mais protagonismo, são sujeitos que demonstram introjetar o discurso liberalizante em suas falas e constituem uma produção de sentido buscando tornar sua prática profissional em um roteiro de sucesso a ser seguido pela sua audiência. Quando Alejandro constitui sua jornada como exemplo das falhas na educação, ele as materializa ao verbalizar: “Quando eu estava no 1º ano do Ensino Médio, começaram ali a colocar umas aulas de finanças que, inclusive, eram muito boas. [...] Mas, infelizmente, ainda era raso” (Tabela 1, AF1), ele busca assim construir sua posição antagônica às práticas escolares, mesmo que, em partes, ele busque fazer certas ponderações pela importância do ensino: “não sou contra a escola... eu somente aponto falhas dentro da educação com histórias práticas” (Tabela 1, AF1).

Da mesma forma que Alejandro reproduz na sua fala discursos que antagonizam com o processo de educação formal, no perfil do DigitalZ Educação, ele também se utiliza desse tipo de argumento para construir a narrativa da sua empresa ao publicar o conteúdo em que diz “a vida é muito além de Bhaskara [...]. O que manda no mundo é o dinheiro” (Tabela 1, DZA6). Essa construção posiciona a DigitalZ Educação também como antagonista de uma forma de educação tradicional, e constitui essa diferenciação pelo enfoque no capital, mostrando que, para essa instituição, esse é o imperativo. Ademais, o

conteúdo que a empresa coloca em circulação tensiona os métodos educacionais, colocando em perspectiva que a escola e o professor se posicionam de forma a promover certo nível de desinteresse, como relatam Rafael Roy e Alejandro Ferreira nesse discurso em vídeo:

Imagina entrar numa sala em que tá todo mundo cagando pra sua existência. Horrível, mano. [...] E ensinar na internet é diferente. [...] Acho que se você ensina num local onde todo mundo pagou pra saber uma informação que tu tens, aí é muito diferente. Todo mundo está motivado ali (Tabela 1, DZA1).

Seguindo para a análise do enunciado estabelecido, conseguimos averiguar o aprofundamento dos discursos produzidos por esses agentes em consonância com o *ethos* do capitalismo financeirizado, colocando em perspectiva os discursos impregnados de teor neoliberal frente aos interesses educacionais. A exemplo, o conteúdo de Rafael Roy: “Não existe estabilidade. Tudo depende unicamente da gente. Então, não é a faculdade que vai gerar resultado, não é curso, não é absolutamente nada. Tudo depende de você” (Tabela 1, DZA4). Esse tipo de enunciado reforça a construção de lógica discursiva, onde a narrativa cristaliza as características ligadas ao neoliberalismo, desse modo, toda a responsabilidade de prosperar é posta sobre os ombros dos sujeitos (Andrade, 2019).

A escolha dos enunciados também colabora para ampliar o entendimento sobre como esses indivíduos buscam desacreditizar o ensino, sobretudo a capacidade do professor em transmitir conhecimento. Uma forma de dar contornos a essa questão é averiguando a fala dos agentes em diálogo sobre cursos de empreendedorismo nas escolas:

Não tem como a escola aplicar, especificamente, uma aula de empreendedorismo, porque precisa de um professor que seja CLT para dar uma aula de empreendedorismo. [...] Então, é muito difícil ter uma boa educação em empreendedorismo nas escolas, porque é difícil encontrar um profissional que vá lá e tenha know-how⁵ sobre isso (Tabela 1, DZA2).

Dessa forma, por mais que, em alguma medida, haja uma ponderação dos enunciadores sobre sua preocupação e valorização pela escola, em discurso como “A escola é essencial pra qualquer adolescente (Tabela 1, DZA6)”, ao mesmo tempo há uma contraposição “[...] porém se ele colocar todas as fichas nela, ele vai se arrepender (Tabela 1, DZA6)”. Assim, é fato que a escolha dos enunciados se materializa em um processo de desacreditização da escola no processo de educação dos sujeitos na sociedade.

⁵ Conhecimento prático (tradução nossa).

Seguindo o processo de análise, temos as condições de enunciação e, nesse ponto, colocamos em perspectiva a possibilidade que os enunciadores têm para promover as narrativas em circulação. Não podemos nos furtar ao debate de que os discursos produzidos só são possíveis, pois utilizam dinâmicas midiáticas que produzem visibilidade em um espaço midiático, onde os sujeitos buscam construir reputação por meio da popularidade (Karhawi, 2020). Desta forma, esses sujeitos reúnem condições de colocar esse tipo de discurso em circulação e ocupam uma posição de poder, pois se promovem como uma escola, a DigitalZ Educação, afinal a construção do imaginário coletivo acerca das instituições de educação é estabelecida a partir do seu valor semiótico compartilhado na sociedade (Bakhtin, 2006).

Para efeito prático de análise, do ponto de vista das condições de enunciação, é somente por se constituir, a partir do próprio discurso, como uma instituição de ensino, que os agentes e a empresa aqui analisados podem colocar em circulação discursos como:

Supondo que a pessoa estude ali, sei lá, vamos pegar uma pessoa normal que quer fazer o ENEM hoje, vestibular, ela estuda seis horas por dia. Se ela pegar dessas seis horas e tirar uma hora por dia, em dez dias ela tem dez horas no total de estudo. [...] É pegar esse tempo, tirar uma hora do seu dia já pra investir em conhecimento ali. É o suficiente (Tabela 1, AF3).

Esse discurso produz uma mensagem ambivalente entre estudar para o ENEM e “investir em conhecimento”, colocando novamente, em seu discurso, a educação formal sob uma perspectiva negativa, em detrimento de uma educação para o capital, como uma produção positiva de conteúdo intelectual.

Por fim, analisamos o *ethos* do discurso empregado nos materiais midiáticos desses sujeitos e da escola DigitalZ Educação. Ao longo dessa produção, foi possível materializar a construção do *ethos* do capitalismo financeirizado, como descrito acima, a partir de suas construções narrativas. Discursos como: “Tudo só depende de você!” (Tabela 1, DZA4); “é muito triste a realidade de quem quer viver 100% da faculdade” (Tabela 1, DZA3) e “a escola te prepara para ser funcionário” (Tabela 1, AF1), nos apresentam a produção de sentido que esses agentes buscam construir no imaginário coletivo, uma promoção de discursos que invalidam a formação crítica e emancipatória dos sujeitos através da educação (Freire, 1987; 1997).

Em ampliação ao discurso que busca invalidar a educação, os agentes aqui analisados promovem uma ideia de emancipação dos sujeitos por uma lógica financeira, quando relatam em seus conteúdos: “por mais que a escola seja essencial em muitos

aspectos, ela deixa a desejar quando o assunto é ‘negócios’” (Tabela 1, DZA2); “os jovens precisam ser treinados, precisam de incentivo, precisam de uma virada de chave” (Tabela 1, AF1) e “o jovem sai da escola sem saber o básico sobre dinheiro” (Tabela 1, DZA6). Dentro desse circuito, o *ethos* do capitalismo financeirizado emerge, conduzindo os jovens à lógica da geração de capital ainda na adolescência. E os agentes que estimulam essa prática são sujeitos que pregam uma ideia de que não há tempo a perder com discursos como “não tem emprego pra todo mundo. O país está quebrado. E isso é uma realidade de muito tempo” (Tabela 1, DZA5).

Como caminho a essa realidade, os sujeitos enunciadoreis promovem um produto educacional que busca tornar esses sujeitos em agentes produtores de capital em curto prazo, a partir de ditames mercadológicos ligados ao marketing. E assim, o discurso, impregnado pelo *ethos* do capitalismo em sua face financeira, se materializa, contrapondo-se à educação que propõe mudança crítica na vida dos sujeitos, utilizando, em sua essência, a prática bancária de promoção do saber, que não produz uma ideia de educação que visa transformar, mas sim alienar os indivíduos (Freire, 1987).

Assim, se é através da mensagem que o enunciador se revela, fica claro o caráter pernicioso desses discursos e como esses agentes, ao que pese sua juventude e, de certo modo, criticidade, atuam como promotores de discurso que fortalecem o poder dos ditames do neoliberalismo e da face do atual estado do capitalismo em nossa sociedade.

Considerações finais

Após analisarmos os conteúdos dos chamados Coaches Mirins, podemos compreender a distorção que os discursos que esses agentes promovem sobre o sentido do que é educação. É possível averiguar nas narrativas a pregnância de ideias neoliberais que aprofundam o processo de desamparo dos sujeitos nas sociedades capitalistas. Como sustenta Dardot e Laval (2016), a liberdade de iniciativa se transforma em obrigação de desempenho, exigindo que os indivíduos se autogovernem com máxima intensidade.

Ademais, quando tratamos de educação, precisamos compreender que um processo pedagógico é um compromisso com a transformação do sujeito ingênuo em um cidadão crítico, e não em um produtor de capital, como já advertiu Freire (1967).

Logo, esse estudo buscou dar contornos claros a esses discursos, colocando, sob o olhar científico, as ideias que esses sujeitos produzem, a partir dos seus ordenamentos. Concluimos que o *ethos* do capitalismo financeirizado está ampliando seu horizonte de

possibilidades e encontrou na escola um oponente a ser combatido, desautorizado e superado.

Referências

Amossy, R. (Org.). **La présentation de soi. Ethos et identité verbale**. Paris: PUF, 2010.

Andrade, D. P. Neoliberalismo: Crise econômica, crise de representatividade democrática e reforço de governamentalidade. **Revista Novos Estudos CEBRAP**, v. 38, n. 1, p. 109-135, jan./abr. 2019. Disponível em: <http://bit.ly/3ZYJvcx>. Acesso em: 10 jun. 2025.

Bakhtin, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Ed. Hucitec, 2006.

Dardot, P.; Laval, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. 1. Ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

Fontenelle, I. A. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017.

Fontenelle, I. A. Consumo como investimento: a produção do consumidor saudável pela mídia de negócios. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 24, p. 133–152, 2012. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/240>. Acesso em: 07 abr. 2025.

Foucault, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Editora Loyola, 1970.

Freire, P. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1967

Freire, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1987.

Freire, P. **Pedagogia da esperança**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1997.

García Cancellini, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2015.

Hepp, A. Da midiatização à midiatização profunda. In: Jairo Ferreira... [et al.] (org.). **Midiatização, polarização e intolerância: entre ambientes, meios e circulações**. 1. ed. Santa Maria: UFSM, 2020. p. 23-37. Disponível em: <https://www.ufsm.br/editoras/facos/midiatizacao-polarizacao-e-intolerancia>. Acesso em: 15 abr. 2025.

Karhawi, Issaaf. **De blogueira a influenciadora: etapas da profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2020

Maingueneau, D. **Análise de textos de comunicação**. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004.

Maingueneau, D. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

Silverstone, R. **Por que estudar a mídia?**, São Paulo: Editora Loyola, 2002.

Sodré, M. **A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2021.