REDIS: REVISTA DE ESTUDOS DO DISCURSO
https://doi.org/10.21747/21833958/red18a4

O *ethos* da alta performance: uma análise do discurso

MANUELLA FELICÍSSIMO
manuella.felicissimo@ifmg.edu.br

Doutora em Linguística do Texto e do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil (2014).
Professora do Instituto Federal de Minas Gerais, Betim, Brasil.
Bolsista pelo Programa Institucional de Concessão de Bolsas do IFMG - modalidade Pesquisador Sênior.
ORCiD: https://orcid.org/0009-0004-7417-6815

PALAVRAS-CHAVE:
discurso da alta performance; análise do discurso; fantasia de onipotência; *ethos*.

ARTIGO RECEBIDO A:
17/02/2026
ARTIGO APROVADO A:
29/07/2026

RESUMO: Rendimento, eficiência, ser a melhor versão de si mesmo, etc. Essas expressões fazem parte de um conjunto de enunciados que constituem o que chamamos de discursos da alta performance. Extremamente sedutores, esses discursos ganharam muita popularidade e são constantemente compartilhados e incorporados ao imaginário social. Fala-se em alta performance nos estudos, no trabalho, nas relações afetivas, sexuais, no âmbito das finanças, nas relações familiares, etc., em todas essas esferas deve-se performar a "sua melhor versão". A partir das contribuições da análise do discurso de linha francesa, mais especificamente, recorrendo a conceitos da semiótica greimasiana, e também da psicanálise, este estudo pretende analisar o *ethos* da alta performance, imagem ancorada, segundo nossas hipóteses, na fantasia de onipotência. Para isso, tomamos como objeto uma peça publicitária; analisando os espaços intra e intertextuais, apontamos os principais temas e figuras que configuram a fantasia de onipotência e mostramos como essa imagem atua como a principal estratégia argumentativa nos discursos de alta performance.

CC BY

The *ethos* of high performance: a discourse analysis

MANUELLA FELICÍSSIMO
manuella.felicissimo@ifmg.edu.br

PhD in Text and Discourse Linguistics from Universidade Federal de Minas Gerais, Brazil (2014).
Professor at Instituto Federal de Minas Gerais, Betim, Brazil.
Fellow of the Institutional Scholarship Program of IFMG – Senior Researcher category.
ORCiD: https://orcid.org/0009-0004-7417-6815

KEYWORDS:
high-performance discourse;
discourse analysis;
fantasy of omnipotence;
ethos.

ARTICLE RECEIVED ON:
02/17/2026
ARTICLE ACCEPTED ON:
07/29/2026

ABSTRACT: Productivity, efficiency, becoming one's best self, etc. These expressions are part of a set of enunciations that constitute what we call the discourses of high performance. Extremely seductive, these discourses have gained significant popularity and are constantly shared and incorporated into the social imaginary. High performance is discussed in studies, work, affective and sexual relationships, the realm of finance, family relations, etc.—in all these spheres, one must perform their 'best version.' Drawing on contributions from the French school of discourse analysis, more specifically, utilizing concepts from Greimasian semiotics and psychoanalysis, this study intends to analyze the *ethos* of high performance, an image anchored, according to our hypotheses, in the fantasy of omnipotence. To this end, we take an advertisement as our object of analysis; examining intra- and intertextual spaces, we identify the main themes and figures that configure the fantasy of omnipotence and demonstrate how this image acts as the primary argumentative strategy within high-performance discourses.

CC BY

Introdução

Neste estudo temos por objetivo analisar o *ethos* da alta performance construído em um discurso de uma peça publicitária. Para isso, tomamos como referencial teórico as contribuições da análise do discurso, mais especificamente alguns conceitos da semiótica greimasiana, e também recorremos a importantes noções da psicanálise. A partir desta abordagem interdisciplinar, tão cara aos estudos do texto e do discurso, pretendemos mostrar como o *ethos* de alta performance projeta a fantasia de onipotência, ao mesmo tempo em que se sustenta sobre ela. Analisando o espaço intra e intertextual, almejamos apontar as principais estratégias argumentativas que se estabelecem entre enunciatário e enunciador.

Os discursos de alta performance, embora aparentemente relacionados à esfera do trabalho, têm aparecido em diversos lugares sociais, propondo um conjunto de saberes que prometem o "rendimento", o "avanço", o "progresso", o "crescimento", "o sucesso", seja no âmbito dos relacionamentos amorosos, sexuais, na vida financeira, profissional, etc.

Esses discursos podem ser compreendidos como produtos da vida moderna e da sociedade de economia e de cultura neoliberal, que se constrói sobretudo na crença e na valorização da individualidade. Esse cenário pode ser facilmente constatado nas máximas que são espalhadas cotidianamente: "faça você mesmo", "seja senhor de si", "seja sua melhor versão", "mude suas crenças" para citar algumas. Este pequeno conjunto de enunciados mostra que o sujeito ocupa, pelo menos imaginariamente, o papel central da vida; o encontro com o "outro", o atrito com a realidade é desconsiderado, gerando a ilusão de que tudo se passa e se resolve no e pelo próprio sujeito.

Trata-se de uma imaginarização, é claro, a começar pelo fato de que esse enunciado, aparentemente sem rosto e universal, vem de uma instância enunciativa, ou seja, de um outro, que conclama

o sujeito a se autorrealizar. Mas o efeito que se cria é o de uma voz "desancorada", legítima, portadora de uma verdade indiscutível que vem ao encontro do sujeito. Uma pergunta que podemos colocar é: por que a ideia de fazer por si (sozinho), mesmo frente a grandes desafios, parece tão sedutora? Por que o convite a performar em direção a um ideal inalcançável move o interesse do sujeito?

A fim de dar conta dessas questões recorremos a algumas noções da teoria psicanalítica, porque trabalhamos com a hipótese de que o conceito de fantasias psíquicas pode contribuir para a compreensão dos efeitos que esses discursos provocam.

Acreditamos que os discursos da alta performance são tão populares e compartilhados porque mantêm estreita relação com a fantasia de onipotência que, de acordo com Freud (2013), é parte constitutiva da psique humana. Além disso, procuramos relacionar esses discursos com a ideologia neoliberal, que visa à individualização dos sujeitos e ao estreitamento da subjetividade, deslocando-os da ideia de coletividade e/ou corpo social, para transformá-los em únicos e grandes responsáveis por si mesmos. Essa individualização resulta no acirramento da competição, e os discursos de alta performance são as "estratégias", os "ensinamentos" que garantirão a "vitória" nesse campo de batalhas imaginárias.

1. Fantasia psíquica e *ethos*: possíveis relações

Em termos psicanalíticos é possível dizer que um sujeito nasce a partir de uma fantasia que expressa o desejo do outro, aquele que o recebe – ainda que esse desejo não seja necessariamente positivo. A concepção da ideia de um filho (biológico ou não) é uma construção imaginária, fantasiosa: de modo simples, aquele que espera por um filho o idealiza, pensa no seu nome, nas suas características, nas condições necessárias para tê-lo, etc. Assim, o sujeito que virá ocupa um lugar no mundo simbólico antes mesmo de sua chegada; daí a expressão "lugar no desejo do Outro", formulada por

CC BY

Lacan no *Seminário 11* (1964/2008, p. 205). Para o autor, todos nascemos alienados ao Outro, aquele que nos insere no mundo da linguagem; esse processo de submissão ao "desejo do Outro" é condição fundamental para a fundação da vida psíquica e para a posterior possibilidade de separação subjetiva.

De acordo com Freud (2024), a capacidade de fantasiar será desenvolvida pela criança tão logo ela receba os primeiros cuidados, como a alimentação. Quando tem sua demanda atendida, um bebê experimenta não apenas a satisfação de uma necessidade fisiológica como também o prazer. Isso é facilmente comprovado com a repetida ação de sugar dos pequenos, mesmo que não estejam sendo alimentados. O gesto é resultado da marca psíquica que esse cuidado causa, levando o bebê a repetilo constantemente, inclusive durante o sono. É a partir dessa fantasia com o seio/mamadeira (que envolve também o encontro com aquele que cuida) que a criança se tornará capaz de aguardar pelo próximo encontro. Por isso se pode afirmar que a fantasia ocupa o lugar daquilo que falta (LACAN, 1958-1959/2016). Esse gesto inaugura a vida psíquica que irá se complexificar ao longo do desenvolvimento do sujeito, o qual terá sempre a fantasia como suporte mediando esse encontro com o mundo (que a princípio é o outro).

Quando o sujeito se torna adulto, espera-se que algumas fantasias sejam superadas -ainda que seus registros continuem inconscientes -, e que a capacidade de "fazer laço" com a realidade se desenvolva. Mas esse processo não ocorre sem uma dose de sofrimento: as inúmeras frustrações que fazem um furo na fantasia, para usar o termo de Lacan. Ainda segundo Freud, as fantasias são um modo de pensar afastado da realidade e que tem por objetivo preservar o princípio do prazer: "(...) É ele o fantasiar, que já se inicia com o brincar das crianças e mais tarde prossegue com o devanear, deixando então de sustentar-se em objetos reais" (Freud, 2004, p. 67).

Assim, embora a capacidade de lidar com a realidade e produzir a partir dela seja esperada com o desenvolvimento das capacidades psíquicas, não deixamos de fantasiar, a diferença é que essas fantasias tendem a atuar como uma sutil música de fundo, operando desde o inconsciente.

São inúmeras as situações em que podemos constatar a imersão do sujeito na fantasia: os devaneios cotidianos, os jogos, as paranoias, a leitura de literatura, a consulta a "oráculos", etc. Essas práticas obviamente não significam que os sujeitos estejam fora da realidade, mas mostram como mantemos em ação fantasias psíquicas que dão satisfação, que têm potencial de apaziguar as tensões e angústias. A fantasia é aquilo que o sujeito não pode ser, em outras palavras, ela ocupa o lugar da falta, suprimindo-a, deixando-a em suspenso. É o recurso primeiro do qual lançamos mão para lidar com o desamparo.

Na fantasia o pensamento é mágico e consegue contornar os problemas, dando para a criança e para nós adultos uma certa sensação de onipotência, sensação conhecida na infância, quando aquilo que a criança fantasia, por exemplo, a mamada, acontece. No entanto, sabemos todos, esse acontecimento não se dá porque a criança fantasiou/desejou, mas porque ela está sendo assistida e aquele que cuida atua, inclusive à revelia da criança. Todavia, a experiência psíquica é vivida da seguinte forma pelo infante: fantasiar = realizar; o processo que acaba gerando a crença de que "tudo eu posso", expressão do conhecido desejo de onipotência que se revela em inúmeras práticas, objetos e ritos tipicamente infantis.

Ser onipotente significa ter em si todos os recursos, implica agir (por vezes apenas com a força do pensamento) sobre o outro, dobrando-o ao nosso desejo, de igual modo se faz com a realidade que, ao ser substituída pela fantasia, tem suas dificuldades superadas.

CC BY

Essas fantasias criam e inscrevem-se nos objetos humanos, em tudo aquilo que é produzido pela cultura, impregnando-a dos "resquícios" da vida psíquica. Em termos de teorias da linguagem, podemos explicar isso com as palavras de Bakhtin, quando ele afirma que

> A lógica da consciência é a lógica da comunicação ideológica, da interação semiótica de um grupo social. Se privarmos a consciência de seu conteúdo semiótico e ideológico, não sobra nada. A imagem, a palavra, o gesto significante, etc. constituem seu único abrigo. Fora desse material, há apenas o simples ato fisiológico, não esclarecido pela consciência, desprovido do sentido que os signos lhe conferem (Bakhtin, 2006, p. 36).

Nesse sentido, podemos afirmar que tudo o que produzimos é fruto da intensa relação que mantemos com os outros, desde o primeiro que nos insere no mundo da linguagem, até aqueles que falam por meio de toda e qualquer produção humana. Por essa razão, os textos e discursos que se expressam por variadas formas de linguagem podem ser tomados como objetos que, em certa medida, expressam em seus conteúdos fragmentos das manifestações inconscientes, como as fantasias psíquicas. Ainda que Bakhtin fale em lógica da consciência, não é a dicotomia consciente x inconsciente que nos importa aqui, mas a fundação do humano, daquilo que nos faz deixarmos de ser apenas um corpo biológico, quando se inaugura a vida psíquica, sempre por meio do encontro com a linguagem (outro).

Nessa perspectiva, é possível compreender também o *ethos* a partir da noção de fantasia. Acreditamos que os discursos de alta performance são reconhecidos como legítimos porque advêm de um *ethos* imponente, uma representação ancorada na fantasia psíquica de poder que sustenta essa imagem no lugar daquele que pode e sabe fazer/ser/poder.

CC BY

Com o objetivo de abordar a noção de *ethos*, tomamos as contribuições de Charaudeau (2008) e de Amossy (2008). De forma bem sucinta, o *ethos* pode ser entendido como a imagem que se constrói dentro de um discurso, uma espécie de projeção do enunciador. Em parte resultado da intenção daquele que enuncia e em parte fruto do trabalho de interpretação do enunciatário, o *ethos* resulta dessa interação. Os recursos que o comunicam são variados; eles podem ser verbais, visuais, sensoriais, etc. e sua função está atrelada às condições de produção do discurso. É possível construir um *ethos* autoritário, amistoso, o *ethos* do mestre, do aprendiz, enfim, é a circunstância na qual a interação discursiva acontece que irá permitir a emergência do *ethos*.

Nas palavras de Charaudeau, o conceito é assim explicado:

> (...) optamos, então, por uma concepção "encarnada" do *ethos*, para retomar os termos de Auchlin. Esse *ethos* recobre não só a dimensão verbal, mas também o conjunto de determinações físicas e psíquicas ligadas ao "fiado" pelas representações coletivas estereotípicas. Assim, atribui-se a ele um "caráter" e uma "corporalidade" (...). O "caráter" corresponde a um feixe de traços psicológicos. Quanto à "corporalidade", ela está associada a uma compleição física e a uma maneira de vestir-se. Mais além, o *ethos* implica uma maneira de se mover no espaço social, uma disciplina tácita do corpo apreendia através de um comportamento. (Charaudeau, 2008 p. 18).

Amossy (2008, p. 122-123), na intersecção entre a sociologia, a retórica e a pragmática, faz uma reflexão procurando compreender se o *ethos* é resultado da força da palavra ou se ele é garantido pelo lugar social ocupado por aquele que fala, como nos discursos institucionais, pronunciados por pro-

CC BY

fessores, políticos, lideranças religiosas, etc. Nesse caso, o dos discursos institucionais, a figura que incorpora o discurso já é de antemão legitimada pela própria situação de troca social. Na perspectiva da pragmática, de acordo com a autora, é a interação verbal que fundamenta o *ethos*, de modo que ele seria erigido no interior do discurso e a troca verbal seria o suficiente para construi-lo e sustentá-lo. A proposta de Amossy é evidenciar que o *ethos* pode ser melhor compreendido a partir da articulação da retórica, da pragmática e da sociologia dos campos. Razão pela qual ela defende que o *ethos* não é efeito apenas da autoridade institucional, tão pouco de estratégias argumentativas verbais somente ou do auditório de modo isolado.

Amossy afirma que

> O orador apoia seus argumentos sobre a doxa que toma emprestada de seu público do mesmo modo que modela seu *ethos* com as representações coletivas que assumem, aos olhos dos interlocutores, um valor positivo e são suscetíveis de produzir neles a impressão apropriada às circunstâncias. (Amossy, 2008 p. 124)

Como podemos verificar, a reflexão da autora também evidencia a relação de interdependência entre enunciador e enunciatário, mostrando que o *ethos* se constrói a partir desse jogo de imagens que só é possível dentro de determinadas condições sociais, políticas e ideológicas.

A reflexão até aqui apresentada mostra que o compartilhamento de significantes entre os sujeitos envolvidos em um contrato sociodiscursivo é fundamental para que o *ethos* seja produzido e reconhecido. Esses significantes, no nosso entender, são também "índices" do psiquismo e, consequen-

temente, das fantasias, porque é por meio dos significantes que o sujeito é inserido no campo do simbólico, a partir do qual pode representar. Defendemos, nesse sentido, que o *ethos* não é a fantasia psíquica em si, mas a comunica, ancora-se nela, fazendo com que o outro (sujeito enunciatário) reconheça-a, por também reconhecer em certos signos a sua expressão.

Cientes de que o *ethos* pode ser identificado nos recursos linguísticos e na sua relação com o espaço do interdiscurso, - conjunto de formulações que possibilita a produção de novos sentidos (Orlandi, 2020) - vamos recorrer a algumas noções da semiótica greimasiana a fim de analisar uma peça publicitária. Nosso objetivo é verificar como se expressa a fantasia da onipotência no discurso da alta performance.

Para isso, é importante destacarmos o que estamos chamando de discurso da alta performance. Em síntese, esses discursos caracterizam-se por sua proposta de "gerir" a vida do sujeito, ofertando-lhe um saber que teria a capacidade de suprir, de aniquilar aquilo que falta, levando o sujeito a superar sua própria impotência frente a determinadas situações. Embora os lugares por onde esse discurso circula sejam cada dia mais diversos, o padrão de comunicação parece pouco variado, resumindo-se a enunciados que preconizam o "aprimoramento de si" como forma de vencer qualquer situação. Esses discursos abolem as fragilidades e vulnerabilidades, criando um efeito de sentido que comunica uma espécie de "tudo é possível", ainda que a realidade diga o contrário. Trata-se, em última instância, de um discurso que "elimina" o sofrimento e que promete colocar em seu lugar o sucesso.

Passemos ao objeto de análise neste estudo, uma publicidade de uma instituição de ensino superior.

2. A análise do objeto

O presente estudo toma como objeto de análise a "capa" de um vídeo publicitário da instituição Cruzeiro do Sul Virtual, produzida com a finalidade de divulgar os cursos ofertados na modalidade a distância. Trata-se de um texto que articula a linguagem verbal e os elementos visuais. Para os fins deste trabalho, não nos dedicaremos à análise do conteúdo audiovisual, nosso enfoque se será na articulação do plano de conteúdo com o plano de expressão, detendo-nos à imagem em questão. Passemos à análise.



Figura 1 – Peça publicitária da Universidade Cruzeiro do Sul

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=dDdLIFrS8Ws

Quanto ao texto verbal, destaca-se o enunciado que ocupa grande parte do plano visual à esquerda. Ao centro há a figura de um homem jovem, sorridente, trajando roupa casual, o tom da camisa (peça em evidência) é próximo ao tom da fonte usada para a formatação do texto: "Se o tempo voa, decole". A oração subordinada condicional, introduzida pela conjunção "se", faz com que aquilo que se expressa na oração principal, "decole", se revele uma condição necessária.

O enunciador, ao afirmar "Se o tempo voa, decole", assinala um problema, a rápida passagem do tempo; concomitantemente oferece o que seria a solução, decolar. As palavras voar e decolar, pertencentes ao mesmo campo semântico, aqui são performadas por dois "agentes" diferentes: o tempo em si (personificado) e o sujeito para o qual o texto se dirige, aquele que percebe a passagem acelerada do tempo e, por isso, precisa tomar alguma atitude a respeito, no caso, decolar. Palavra que, no contexto de uso, remete tanto à ideia de fazer algo velozmente, quanto à ideia de êxito, de alcançar o sucesso.

Na perspectiva da semiótica, podemos afirmar que aquele que enuncia o texto verbal atua, no nível narrativo, como um destinador-manipulador, que age sobre o sujeito-destinatário impulsionando-o à realização de uma determinada performance. Para isso, é preciso que exista entre essas duas instâncias um contrato estabelecido discursiva e socialmente. Nas palavras de Barros:

> Pode-se dizer que, no fundo, o manipulador *faz-ser*, isto é, com sua ação, de natureza cognitiva, transforma o estado modal do sujeito do estado, transferindo-lhe, por doação, valores modais que o levam a fazer (Barros, 2001, p. 51)

Esses valores modais podem ser o querer, o dever, o poder e o saber. Ao ser dotado desses valores, o sujeito passa a ter a competência para operar determinada transformação de estado que, por sua vez, o tornará um sujeito realizado.

CC BY

No caso em questão, o problema da rápida passagem do tempo indica uma falta do sujeito, o que o torna, por pressuposição, insatisfeito. A partir dessa falta, o destinador opera sobre ele, modalizando-o pelo dever-fazer - atentemos ao verbo no modo imperativo *decole*. Para que isso se dê, ele "oferece" a instituição, que neste discurso é requisito imprescindível para a transformação de estado do sujeito. É a instituição que o tornará competente para decolar, através da atribuição de um saber.

Quanto ao fazer persuasivo, o destinatário é manipulado por tentação (oferecimento de um objeto tido como positivo) e por intimidação (identificação de alguma falta que leve o sujeito a sentir-se no dever de agir). Sobre os objetos, destacam-se o tempo, a juventude e o sucesso, os quais o enunciatário é levado a desejar. A intimidação se mostra na forma como o discurso publicitário identifica uma falta que socialmente não pode existir, o que induz o sujeito ao desejo e/ou à necessidade de repará-la. Para que essa estratégia seja eficaz, como dito, é preciso que esse valor (o tempo) exista no campo social. Desse modo, é possível trazê-lo para o discurso por meio de um conjunto de representações que se materializam nas escolhas linguageiras.

Em termos de valores modais, o sujeito é modalizado pelo *querer e/ou dever-**fazer*** (fazer algo em relação ao tempo); pelo *querer e/ou dever-**saber*** (alcançar o conhecimento acadêmico); pelo *poder-**fazer*** (decolar) para enfim *poder-**ser*** (tornar-se bem sucedido). Nesse percurso, após ter sua performance julgada pelo destinador-manipulador, ele é sancionado positivamente e passa do estado de insatisfação para a satisfação, pois conjunto com os valores desejados: tempo, juventude e sucesso.

O tempo é um objeto com o qual o sujeito se relaciona e, no nível discursivo, engendra o percurso temático figurativo da temporalidade. Essa é uma temática complexa, possível de ser discutida por diferentes pontos de vista, tais como o biológico, o físico, o subjetivo, o filosófico, o político e o psicanalítico, por exemplo. No discurso em questão, o tema atrela-se à formação profissional, ao su-

cesso e à juventude, o que ressalta a dimensão sociopolítica do tempo; o modo como ele é tomado para organizar a vida em sociedade. Além disso, quando se afirma que o tempo voa, reforçando a ideia da sua rápida passagem, enfatiza-se que ele é finito.

Finitude e seu termo oposto, eternidade, são justamente as categorias de base que sustentam o discurso em foco, arranjadas do seguinte modo: eternidade *vs* finitude, sendo a primeira eufórica (valor positivo) e a segunda disfórica (valor negativo).

No nível narrativo, essas categorias são enriquecidas semanticamente e podem ser identificadas na relação que é estabelecida entre destinador-manipulador e sujeito-destinatário a partir da modalização e da relação de objetos. Já no nível discursivo, o tema do tempo é a manifestação dessas categorias, configurando o percurso temático-figurativo da temporalidade, da juventude e da carreira profissional.

Esses percursos, conforme Fiorin (2006), são redes de sentido que materializam as formações discursivas. Estas, por sua vez, são entendidas como "regionalizações no interdiscurso", a forma como os ditos são organizados dentro desse grande espaço. Neste estudo, identificamos as formações discursivas do campo psicossocial e político, ancoradas na ideologia neoliberal.

Na perspectiva do discurso neoliberal um elemento torna-se central, o sujeito; basicamente, o neoliberalismo prega que o sujeito reúne em si todas as condições para se autorrealizar, no entanto, não sem se submeter aos objetos e saberes construídos por esse mesmo discurso. Superar alguma coisa e superar-se constantemente é o ideal neoliberal que o sujeito deve buscar. Como no texto publicitário em foco, em cujo discurso o sujeito ocupa lugar central, sendo convidado a contornar os limites do tempo e a alcançar o sucesso.

CC BY

Sob a perspectiva da psicanálise, o tempo é um assunto multifacetado, porque além do tempo cronológico e biológico, o tempo é subjetivo e não necessariamente "transcorre" de maneira linear.

O tempo subjetivo pode ser encontrado, inclusive, na base dos discursos da sociedade neoliberal, na qual o tempo pode ser gestado de acordo com determinados objetivos. Desse modo, a finitude pode ser admitida ou não. Quando se trata, por exemplo, da venda dos ideais de beleza, o tempo pode ser prolongado ou até mesmo infinito. Quando se trata de produtividade no trabalho, ele é rigidamente mensurável e finito.

No discurso que abordamos, o tempo aparece como limitado, porém esse fato é possível de ser superado, caso o sujeito enunciatário faça aquilo que o sujeito enunciador propõe. Assim sendo, não apenas a limitação do tempo é suplantada, como o enunciatário alcança o êxito.

O plano de expressão no discurso em análise, reflexo do plano de conteúdo, constitui-se dos elementos visuais que compõem o texto. Nele destacamos a presença de cores claras, predominantemente o amarelo e o azul. A nuance pastel dessas cores cria um efeito de suavidade e leveza. O jovem ocupa todo o eixo vertical do espaço central e sorri como se estivesse diante de alguém para ser fotografado. Na margem direita, há a logomarca da instituição e abaixo são descritas as modalidades de ensino ofertadas.

Atrás da imagem do jovem há um fundo azul; trata-se de uma metalinguagem, uma vez que o texto publicitário deixa perceber o *Chroma Key*, uma tela usada para dar tratamento a fotografias e vídeos. Esse recurso endossa a leitura de que o jovem está efetivamente posando.

A imagem deste jovem é uma figura que corporifica, no plano de expressão, o sujeito-destinatário, mostrando-o realizado, conjunto com o objeto-valor desejado. Nessa cena, mostra-se o lugar

aonde chega aquele que, filiando-se ao contrato proposto, realiza a performance de procurar pela instituição, recebendo dela a competência necessária para realizar a transformação de estado. O resultado é essa atmosfera de bem estar, calmamente hedônica.

O efeito cromático conseguido com os tons pastel está em estreita relação com o plano de conteúdo, trazendo para o nível da manifestação os temas da suavidade e, por extensão, da calma. Retomando o tema da finitude do tempo, é possível afirmar que suavidade e calma estabelecem uma oposição em relação a ele. Enquanto a finitude, expressa como aquilo que indica a falta do sujeito, assinala um estado tenso-disfórico, resultado da disjunção com o objeto-valor; a suavidade e a calma apontam para o estado de conjunção, que é eufórico e relaxado. O efeito de sentido alcançado é o da satisfação.

Segundo afirma Barros (2001, p. 45), "A escolha de valores corresponde tanto a uma primeira decisão do sujeito da enunciação, quanto ao discurso que será produzido", por isso podemos afirmar que esses valores são a chave-mestra da persuasão. Entretanto, antes de reconhecermos que esses valores são do enunciador, é preciso destacar que eles são sociais, um efeito ideológico.

Em diálogo com a psicanálise, de acordo com os objetivos inicialmente anunciados, consideramos a ideologia certamente como um produto social, cultural, econômico e político, mas também como um produto que reflete o psiquismo humano, cuja estrutura é essencialmente fantasística.

Como vimos, as fantasias psíquicas se formam desde cedo e, ainda que inconscientes, movimentam o psiquismo do sujeito por toda a vida. Conforme Nasio (2007, p. 10) as fantasias são "(...) um teatro mental catártico que encena a satisfação do desejo e descarrega a sua tenção", ou ainda "(...) a encenação no psiquismo da satisfação de um desejo imperioso que não pode ser saciado na realidade". Desse modo, elas têm estreita relação com o desejo inconsciente; este é resultado de uma falta,

CC BY

da incompletude de todo sujeito. Deseja-se com o intuito de suprir essa falta que, no entanto, é incontornável.

Diante dessa impotência do sujeito, a fantasia surge apaziguando o mal-estar que toda falta causa. A sua força no inconsciente é tão grande que, de acordo com Nasio (2007, p. 16), ela "impregna o corpo do sujeito, regula sua sensibilidade erótica e governa, à sua revelia, o conjunto dos comportamentos afetivos e mesmo sociais". Embora saibamos que todos temos fantasias inconscientes, a "cena" que move cada sujeito é rigorosamente subjetiva, todavia, se pode afirmar em relação a todas as fantasias que elas advêm do encontro com o Outro. Esse encontro fundamental sem o qual não se funda a vida psíquica é marcado pelo prazer e pelo desprazer, pela fantasia de fusão com o Outro e de onipotência que, paulatinamente, vai sendo abalada pelo fatal encontro com a realidade.

A respeito da fantasia de onipotência, ela se caracteriza pelo predomínio da busca do prazer na vida infantil. A criança, ao ser cuidada, não tem consciência de que suas necessidades e desejos são supridos pelo papel que o adulto cuidador tem. Por isso, ao fantasiar o seio (alimento e prazer), por exemplo, crê que o tem pela "força" do seu pensamento; fato que a faz acreditar que o seu desejo atua na e domina a realidade.

Acreditar-se onipotente, quer dizer, capaz de contornar qualquer adversidade por ter em si todas as condições para isso, é uma fantasia que se revela nos discursos de alta performance, pois é justamente essa a "promessa" que eles portam.

Vimos que o discurso da alta performance é um discurso do mundo do trabalho (que, no entanto, não se restringe a ele). Podemos dizer que por meio dele torna-se possível gerenciar o trabalhador, de modo que as relações de poder e de opressão inerentes a esse contrato sejam ocultadas, fazendo parecer que as hierarquias se diluíram. Castro et al. (2021, p. 251) chamam de discurso gerencialis-

ta as práticas de linguagem pautadas em "princípios homogeneizadores de condutas, como gestão de si e meritocracia".

Por conseguinte, no âmbito do trabalho e fora dele

> Propaga-se o gosto pelo desafio, o desejo pelo reconhecimento e a responsabilização individual pelos resultados organizacionais, canalizando-se a energia libidinal e a mobilização psíquica em favor da adesão voluntária aos objetivos organizacionais (Castro et al., 2021, p. 251).

Ora, um discurso que coloca o sujeito no centro de importantes questões, mobilizando sua energia mental e física de modo a vencer diferentes condições adversas, não seria tão facilmente aceito não fosse o fato de portar em si a oferta de um valor; o poder inerente à onipotência. Os discursos de alta performance, ao mesmo tempo em que identificam uma falta e, por isso, convocam o sujeito a agir, o fazem oferecendo um saber específico e também uma imagem ideal do sujeito.

Assim, a manipulação por sedução é uma estratégia recorrente neste tipo de discurso, porque, via de regra, constrói-se uma representação extremamente positiva do sujeito, levando-o ao desejo de entrar em conjunção com essa espécie de miragem de si. Esse sujeito grande, que contorna os problemas e torna-se realizado, é um sujeito não castrado, o sujeito que vê neste contrato discursivo a possibilidade de negar a falta, de apagar a sua própria impotência. Por isso ele age, por isso filia-se docilmente a essa rede de representações, afinal elas ancoram-se na fantasia primeira, rememorando o tempo em que o mundo parecia submetido ao controle do sujeito e ele se percebia fusionado e plenamente integrado ao Outro (ao mundo); neste "estágio" psíquico há a agradável ilusão de que a falta não existe.

CC BY

O tempo, eixo temático central no discurso em análise, é o "agente" castrador por excelência. Tudo na experiência humana é submetido ao tempo: o tempo interrompe o prazer, a experiência do gozo infantil, o tempo retira objetos e insere outros, o tempo atravessa o corpo biológico, as experiências sociais, enfim, ele é de fato incontornável. No discurso em análise, o tempo é dobrado ao sujeito, porque se o tempo voa, o sujeito pode decolar. A falta é tamponada e o sujeito até então castrado pelo tempo, submetido ao seu imperativo, sobrepõe-se a ele. Lembremos do plano de expressão, comunicando a calma e a suavidade, o apaziguamento da tensão.

Poder fazer tudo, poder ter sucesso a qualquer momento, dobrar as limitações que são trazidas pela finitude de todas as experiências humanas, isso é o que parece estar no cerne do discurso de alta performance, independente da área da vida que ele pretende alcançar.

Essa fantasia reflete-se no *ethos* desta peça publicitária. É importante frisar que o *ethos* não é o da instituição em si, porque a voz que enuncia a passagem do tempo é anterior à própria instituição. O efeito alcançado é o de universalidade, de uma voz portadora da verdade, de corpo difuso, que paira acima de todos os discursos. Essa voz é facilmente reconhecida como legítima e até mesmo como uma instância poderosa, mesmo que não se possa precisar o lugar exato que essa instância ocupa socialmente.

É justamente essa imprecisão que torna esse *ethos* tão poderoso e sedutor: assim como as próprias fantasias psíquicas, ele existe e fala, mesmo que não se possa reconhecer de onde. Essa "voz" sem corpo pode ser facilmente identificada pelo sujeito como a voz do próprio pensamento. Está fora, mas é percebida como intimamente própria do sujeito, porque exprime de fato um significante representativo da fantasia psíquica. Corrobora para esse efeito o uso do verbo no tempo presente "se o tempo passa", que aqui, em termos enunciativos, instaura o presente omnitemporal (FIORIN, 2008), fazendo parecer que o tempo da enunciação não é circunscrito a um evento em si ou unicamente a

um aqui e agora, antes se trata de um tempo ilimitado. Este é o tempo por excelência das "verdades eternas".

Considerações finais

Neste estudo analisamos uma peça publicitária da Faculdade Cruzeiro do Sul com o objetivo de identificar os principais recursos argumentativos nela presentes. Desse modo, recorremos à semiótica greimasiana, à noção de *ethos* e de fantasia psíquica. A análise demonstrou que os temas e figuras presentes no discurso (o tempo e o sucesso) expressam a ideologia neoliberal, que propõe a supremacia do sujeito frente às adversidades da vida. O conjunto dos recursos linguageiros, verbais e não verbais, projetam um *ethos* que, embora tenha voz, não tem um corpo preciso. Essa "imagem" é portadora de um discurso verdadeiro, que oferece ao sujeito a oportunidade de contornar obstáculos, valendo-se basicamente do seu desejo (que no caso deve estar em consonância com a adesão à instituição). O obstáculo em questão é a passagem rápida do tempo, que pode inviabilizar a realização profissional do sujeito-enunciatário. Assim, ele é convidado a "decolar" e, então, superar o que aparentemente é insuperável, o tempo. Esse contrato estabelecido entre enunciador e enunciatário acaba por projetar uma imagem super positiva do sujeito, essa imagem, na nossa proposta, é reflexo da fantasia de onipotência, recurso constitutivo do psiquismo humano para dissimular a falta. Essa fantasia, ainda que inconsciente, atua e se faz refletir nas construções simbólicas.

CC BY

Referências

Amossy, R. (2008). O *ethos* na intersecção das disciplinas: Retórica, pragmática, sociologia dos campos. In R. Amossy (Org.), *Imagens de si no discurso: A construção do ethos* (pp. 119–143). Contexto.

Bakhtin, M. (Volochínov). (2012). *Marxismo e filosofia da linguagem*. Hucitec.

Barros, D. L. P. de. (2001). *Teoria do discurso: Fundamentos semióticos* (3ª ed.). Humanitas/FFLCH/USP.

Castro, G. C. de, et al. (2021). Coaching interno: Do discurso gerencialista ao sequestro da subjetividade. *Cadernos de Psicologia Social do Trabalho, 24*(2), 249–263. https://doi.org/10.11606/issn.1981-0490.v24i2p249-263

Charaudeau, P. (2008). A propósito do *ethos*. In A. R. Motta & L. Salgado (Orgs.), *Ethos discursivo* (pp. 11–32). Contexto.

Fiorin, J. L. (2006). *Linguagem e ideologia* (8ª ed., 4ª reimpr.). Ática.

Fiorin, J. L. (2008). *A linguagem e a construção do sentido*. Contexto.

Fiorin, J. L. (2016). *Elementos de análise do discurso* (15ª ed., 3ª reimpr.). Contexto.

Freud, S. (2004). Formulações sobre os dois princípios do acontecer psíquico. In S. Freud, *Escritos sobre a psicologia do inconsciente* (Vol. 1). Imago. (Trabalho original publicado em 1911).

Freud, S. (2013). *Totem e tabu: Algumas concordâncias entre a vida psíquica dos homens primitivos e a dos neuróticos*. L&PM.

Lacan, J. (2008). *O seminário, livro 11: Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise* (2ª ed.). Jorge Zahar Editor.

Lacan, J. (2016). *O seminário, livro 6: O desejo e sua interpretação*. Jorge Zahar Editor.

Nasio, J.-D. (2007). *A fantasia: O prazer de ler Lacan* (A. Telles & V. Ribeiro, Trads.). Zahar.

Orlandi, E. P. (2020). *Análise de discurso: Princípios & procedimentos* (13ª ed.). Pontes Editores.

CC BY