

Método exposto: uma análise das estratégias dos *coaches* digitais¹

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Análise da obra *Método Exposto* que trata sobre os métodos dos *coaches* da internet para incentivar o público a comprar seus produtos sob a ótica das Tecnologias do Imaginário (2006) e *Análise Discursiva do Imaginário* (2010) por Juremir Machado da Silva. O trabalho faz parte da pesquisa de doutorado sobre a criação de imaginários de riqueza nas redes sociais onde se busca compreender como influenciadores convencem o público das suas conquistas para vender cursos ensinando a construir riquezas. O objetivo foi destacar as estratégias que podem ser observadas nos perfis de influenciadores para que o público possa identificar os conteúdos que podem ser criados com foco em vendas e não em obter uma conexão legítima.

Palavras-chave

Método exposto; tecnologias do imaginário; influência digital; imaginário.

Introdução

As redes sociais são repletas de perfis ensinando algo para os seguidores, contudo muitas vezes é possível observar comportamentos em comum entre os perfis de determinados nichos. No livro *Método Exposto* são destacadas algumas das técnicas de vendas utilizadas por *coaches* digitais, principalmente voltados para conteúdos de produtividade e gestão financeira.

Como parte da construção de uma tese sobre criação de imaginários de riqueza nas redes sociais, realizar o estudo dessa obra, proporcionou compreender algumas estratégias e realizar paralelos com os perfis estudados na pesquisa. Dessa forma, serão destacadas algumas das técnicas apresentadas no livro para reflexão sobre a autenticidade dos conteúdos publicados por influenciadores e o que pode estar por trás do alto poder de persuasão que determinados perfis possuem.

¹Trabalho apresentado na Sessão Temática Comunicação digital, dados e IA em tempos de crise, atividade integrante do XIX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

Metodologia

A partir da leitura da obra, foi realizada uma análise da forma de apresentação do conteúdo sob a ótica da Análise Discursiva do Imaginário (ADI), proposta por Silva (2010), que tem como foco analisar o conteúdo dos discursos de comunicação, onde imaginário entende-se como “uma narrativa inconsciente ou uma ficção subjetiva vivida como realidade objetiva cuja formação ou cristalização permanece encoberta exigindo um desencobrimento.” (SILVA, 2010, p. 97).

A ADI trabalha em um modelo semelhante ao de uma grande reportagem na forma de uma pesquisa de um procedimento antropológico, para compreender o objeto analisado que foi “coberto, como foi, recoberto, o que pode ser, descoberto” (SILVA, 2010, p. 100), a partir pelos seguintes passos:

1. Estranhamento: observar o objeto, para analisar o que não foi trabalhado.
2. Entranhamento: colocar-se no lugar do outro para ver o objeto de forma imersa.
3. Desentranhamento: elaborar o que não sabia antes da realização da pesquisa e o que se sabe ao final da investigação.

Esses passos podem ser aplicados tanto em pesquisas realizadas em campo, quanto em pesquisas bibliográficas. A lógica do autor passa pela ótica da necessidade de o pesquisador estranhar um determinado acontecimento e isso o despertar para a necessidade de desenvolver uma pesquisa a respeito.

As Tecnologias do Imaginário

Silva (2006) apresenta a relação entre o imaginário e a tecnologia e suas formas de introduzi-lo na mente do público de maneira voluntária e com a aprovação dos indivíduos, devido ao benefício do prazer imediato que a tecnologia oferece. Isso traz à tona atitudes observadas entre o público e a sua relação com as redes sociais.

Quando um indivíduo é visto como referência para uma determinada comunidade ele pode exercer poder e influência sobre os demais membros e uma forma de controle e dominação. Esse comportamento não é exclusivo das redes sociais, mas percebe-se que as tecnologias são mais uma das formas de exercer

essa dominação na qual o público aceita de forma passiva o que lhe é apresentado e reproduz ideias e comportamentos que pensa serem seus, mas que, originalmente, são fruto do que é compartilhado pelos perfis que a pessoa acompanha.

Influência digital

Os perfis de pessoas que influenciam grandes parcelas da população têm se destacado como forma de profissão, os influenciadores digitais. Para Recuero (2009) o conceito de destaque dos usuários das redes sociais pode ser chamado de capital social, um indicativo da conexão entre pares de indivíduos em uma rede social.

O capital social é composto por duas unidades, uma ligada ao sentimento de pertencimento a um grupo específico e às relações mantidas pelo indivíduo nesse meio. O outro fator refere-se ao conhecimento e ao reconhecimento dos demais integrantes do grupo. É preciso que o indivíduo não apenas deseje ser um ponto de influência, ele deve ser identificado pelos demais como tal.

Método exposto: destaque das estratégias

O audiolivro Método Exposto (2024) escrito por Alexandre Potascheff, Bruno Bloch e Luis Alberto Brandão Santos apresenta informações e reflexões sobre algumas das ideias de desenvolvimento pessoal, profissional e financeiro disseminadas na internet por influenciadores com o objetivo de ensinar o seu público a prosperar por meio de receitas universais, mas que podem não ser as mais adequadas para todas as pessoas.

Na obra consultada, a versão para leitura do roteiro das gravações, é possível identificar alguns elementos apresentados pelos autores que podem ser de grande valia para a reflexão do público sobre as estratégias de convencimento utilizadas pelos influenciadores. Um dos pontos iniciais que os autores abordam é sobre a necessidade da criação de um personagem para se aproximar do seu público e criar pontos de identificação para fidelizar aquela audiência, onde

um bom influenciador precisa chamar a atenção. Mas não pode ser de qualquer jeito. Como você sabe, a primeira impressão é muito importante. [...] A aura de sucesso, do poder e o brilho do dinheiro

precisam estar visíveis desde o primeiro segundo. (POTASCHEFF, BLOCH E SANTOS, 2024, p. 9)

Essa maneira de criar uma aura de sucesso, visa gerar admiração, mostrando que os sonhos mais distantes são a parte comum da vida do influenciador, destacando que esse estilo de vida é algo que pode ser alcançado.

Os autores (2024) apresentam a utilização de técnicas de convencimento e citam as “provas sociais” como um gatilho mental que pode surtir efeito sobre o público. E, a respeito do uso das provas sociais como ferramenta de marketing, os autores (2024) não a identificam como uma prática inválida, porém ressaltam que a questão colocada em dúvida é a veracidade das informações divulgadas como prova, já que nem sempre é fácil ou possível para o público saber se os comentários deixados nas publicações são reais ou se parte dos seguidores são robôs.

Os autores abordam o tema meritocracia, conceito fortemente defendido por muitos influenciadores que destacam o seu sucesso, como a ideia de que se a pessoa se esforçar muito ela pode qualquer coisa.

Para os trabalhadores que enfrentam longas jornadas e vivenciam a dificuldade de crescimento profissional, “Acreditar que tudo depende apenas de nós mesmos traz uma faísca de esperança de que todo sacrifício e sofrimento será recompensado. É uma injeção de autoestima...” (POTASCHEFF, BLOCH E SANTOS, 2024, p. 18).

Muitas vezes o que se sabe de cada pessoa nas redes sociais são apenas os melhores momentos do dia. Aqueles momentos nos quais tudo deu certo e pareceu extraordinário. Mas observar apenas esse trecho editado da vida pode criar uma imagem distorcida da realidade e fazer com que a visão da vida de cada um pareça triste e sem graça.

Isso pode ser um dos indicativos que mostram como acompanhar a vida de outras pessoas nas redes sociais pode fazer com que a audiência sinta que errou, já que não teve as mesmas conquistas e seus planos pessoais não costumam apresentar os mesmos resultados. Esse pode ser um terreno fértil para as pessoas que desejam vender sonhos de crescimento pessoal e sucesso financeiro na web.

Quando se fala em técnicas de vendas, compreender qual é a dor do cliente para entregar a solução ideal é umas das primeiras estratégias ensinadas. Os

influenciadores também utilizam desse conhecimento como primeiro passo de aproximação com o objetivo de demonstrar empatia com os seus seguidores e despertar um sentimento de acolhimento.

Considerações

A partir da análise da obra Método Exposto, foi possível realizar um paralelo entre os perfis de influenciadores digitais e as suas técnicas para atrair o público e incentivar a comprar de cursos. Despertar o sentimento de culpa por não conseguir mudar de vida, por exemplo, pode ser um gatilho para a pessoa decidir se inscrever em um curso sobre melhora de performance.

Envolver crenças ou técnicas que vão além do profissional com foco em aumentar a produtividade para produzir mais, é mais uma maneira de responsabilizar o indivíduo pela sua situação financeira, sem levar em conta que o ponto de partida de cada um é diferente e que as desigualdades precisam ser diminuídas para que as pessoas possam realmente ter as mesmas condições de ascensão e mobilidade social. É preciso compreender que o contexto social influencia e muito no resultado desse esforço, o problema é social e não, individual.

As redes sociais nesse caso podem ser consideradas mais uma maneira de controle de um público com o objetivo de se obter lucro, utilizando-se da empatia e do sentimento de pertencimento que os seguidores podem ter ao seguir determinados influenciadores.

Referências

BLOCH, Bruno; POTASCHEFF, Alexandre e SANTOS, Luis Alberto Brandão. **Método exposto**. São Paulo: Audible Studios para Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda, 2024.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Juremir Machado da. **As Tecnologias do Imaginário. Tecnologias do imaginário e sociologia compreensiva: do conceito ao método**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: Como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. 5 ed. Porto Alegre: Sulina, 2010.