



Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Brasil

TUCHERMAN, IEDA

Relações perigosas: autoajuda, mídia e biopoder

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 19, núm. 2, mayo-agosto, 2012, pp.
315-335

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

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551011002>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

re²alyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Cultura

Relações perigosas: autoajuda, mídia e biopoder¹

Dangerous relations: self-help, media and biopower

IEDA TUCHERMAN

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ.

<iedatucherman@gmail.com>

RESUMO

O fenômeno da autoajuda merece o interesse dos pesquisadores de comunicação. Sua visibilidade imediata é a quantidade de publicações que vem produzindo no Brasil e no mundo com tiragens surpreendentes; além disto, contagia gêneros literários, conquista a área do audiovisual e gera comportamentos sociais, como a nova moda da Cabala e das religiões orientais. Este sucesso se vincula à atualidade do capitalismo onde o homem deve ser um empreendedor de si mesmo, desenvolvendo competências que valorizem o seu biocapital e abandonando hábitos que o depreciem. A autoajuda apresenta-se com dois nichos de objetivos, um ligado ao *alimento para a alma*, cujas palavras-chave seriam: autoestima, autoconhecimento, bem estar e felicidade; e o segundo de natureza pragmática, identificado por sucesso, dinheiro, prestígio, beleza e saúde. Dessa maneira, realiza uma operação de marketing, uma narrativa motivacional compatível com o biopoder.

PALAVRAS-CHAVE: Autoajuda; Mídia; Subjetividade; Capitalismo; Biopoder.

ABSTRACT

The self-help phenomenon deserves our interest as communication sciences research. Its immediate visibility can be founded on the numerous publications about self-help being produced in Brazil and all over the world with expressive numbers printed; besides it is present in many literary genders, conquers audio-visual products and generates social behaviors as the trend, such as Cabala and other oriental mysticisms. This great success can be understood in relation to capitalist reality nowadays, when each man should be the entrepreneur of himself, improving competences that could increase his biocapital and excluding habits that could depreciate it. Self-help presents itself with two goals axis, the first one is related to *food for the soul*, in which key words would be: self-esteem, self-knowledge, comfort and happiness; the second one is of pragmatic nature, identified by success, money, prestige, beauty and health. In that manner, achieves a marketing operation, one emotional narrative compatible with biopower.

KEYWORDS: Self help; Media; Subjectivity; Capitalism; Biopower.

Este texto nasce como a primeira elaboração de um projeto novo de pesquisa, apresentando as características que podemos esperar daquilo que está em elaboração, isto é, fundamentalmente procuraremos aqui realizar uma cartografia deste panorama da autoajuda, apontando algumas de suas conexões e sua relação com as relações que reconhecemos entre a subjetividade contemporânea e o biopoder.

Ao mesmo tempo, sendo um campo ao qual ainda não nos dedicamos, há um encadeamento bastante evidente entre a pesquisa que fizemos nos últimos anos: a rigor, toda pesquisa tem sua própria história que responde aos desdobramentos que a análise de um tema sempre produz. Naquele que ainda se manifesta presente, a relação entre mídia, divulgação científica e biopoder apontava para uma linha de subjetividade, complementar às linhas de saber-poder na metodologia proposta por Foucault, representada pelo *indivíduo somático*, aquele que tem da política da vida o encargo dos cálculos, gerenciamento e riscos.

Esta premissa nasce nas palavras do próprio filósofo, nas páginas finais da *Vontade de Saber*, volume I da *História da Sexualidade*: “O homem durante milênios permaneceu o que era para Aristóteles: um animal vivo e, além disto, capaz de existência política; o homem moderno é um animal em cuja política sua vida de ser vivo está em questão” (Foucault, 1976, p. 176).

Podemos talvez considerar que esta seja a primeira forma de subjetividade que as linhas de poder-saber do nosso mundo contemporâneo estão produzindo como nossa forma de presença.

Neste universo, o desenho de futuro tem expectativas muito poderosas: além da conquista de uma longevidade extensíssima, a entrada num século governado pelas políticas biotecnológicas faz imaginar que pessoas, cujas qualidades e capacidades se fizessem necessárias, poderiam ser fabricadas por demanda, assim como faz esperar que a nova geração de psicofármacos venha a poder rapidamente nos habilitar a

desenhar, segundo nossos desejos, nossos humores, emoções, desejos e inteligência. Desnecessário frisar que este novo mundo não seria acessível a todos. Também convém lembrar o risco de concentrar poderes de decisão sobre quem deve ou merece existir nas mãos de técnicos, reformadores ou políticos².

No entanto, embora profundamente convencidos da medicalização da subjetividade e do prestígio radical das biotecnologias, o que víamos também era uma espécie de deslocamento de relações e práticas de interpretação e aconselhamento, de consolo ou de motivação, para outras formas de comunicação, em tudo consistentes tanto com a cultura de massa quanto com os nichos de customização que identificamos nela. Assim, temas, situações e comportamentos, afetos e angústias – que já foram o campo fértil das religiões, da psicologia, e de outras ciências sociais e comportamentais – migraram para um domínio que, embora tenha um nascimento longínquo, é na nossa atualidade que se transforma neste êxito de massa: a autoajuda. Do tratamento e da formatação nascida aí, acreditamos poder encontrar a outra via da relação entre subjetividade e biopoder.

Certamente existe uma complementaridade operacional entre os dois modos de produção de subjetividade no dispositivo contemporâneo: por um lado a quebra das referências que, mesmo tendo um caráter muitas vezes inibidor ou claramente repressor, funcionava como guia de aspirações e comportamentos para os homens que não somos mais; por outro lado, o aumento dos valores da competição econômica propulsionou o surgimento de um indivíduo cuja trajetória na conquista da sua identidade existencial e sua realização social convocava uma aventura de empreendedorismo: a alma deve ter por modelo a empresa, como lembra Deleuze (1992, pp. 219-226) quando analisa as sociedades de controle, assim como o que se verifica é que nunca se termina nada, há uma dívida infinita como horizonte neste novo contexto.

Então vemos surgir, no campo psíquico-social, a depressão que se apresenta como uma doença da responsabilidade: é a experiência da insuficiência, já que o deprimido

sente que não está à altura de realizar todas as escolhas, e está fatigado de ter que se tornar a si mesmo (Ehrenberg, 2000), então sofre com este infinito processo de se produzir como sujeito contemporâneo deste universo sem amarras.

Certamente isto explica o sucesso da indústria de fármacos, especialmente na linha dos chamados remédios mentais. Tomando o *Prozac* como exemplo, para que se produza um encontro tão eficaz entre uma medicação e uma aspiração social, foi necessário que o sofrimento comesse a ocupar um lugar central na nossa sociedade. Para os estudiosos de Foucault, é fácil lembrar que o remédio produz a doença, como vemos agora na relação entre a *Ritalina* e o diagnóstico generalizado de distúrbio de atenção³.

O outro lado deste espelho também nascido ou pelo menos alimentado pela impressão de insuficiência, desadaptação, fragilidade e insegurança apela para uma ferramenta de treinamento, consolo ou orientação, que, no universo da cultura de massa, se apresenta como o fértil campo da autoajuda.

O fenômeno da autoajuda

a) Aparecimento



O céu ajuda a quem se ajuda.”

O primeiro livro que conhecemos ligado diretamente ao gênero de autoajuda foi escrito por Samuel Smiles em 1859 e tinha como título *Self-Help*. Sua frase de abertura foi a que inserimos acima. A mensagem transmitida pelo seu autor, um reformador político inglês, acentuava que qualquer pessoa deveria buscar seu objetivo de maneira rigorosa, empregando seus próprios esforços e sem depender de qualquer tipo de amparo oficial ou privado. Dentro da lógica de um *self made man*, a argumentação de

Smiles é que mesmo as melhores instituições não podem fornecer ao homem uma ajuda efetiva. Talvez o máximo que devam e possam fazer seja deixá-lo livre para desenvolver a si mesmo e melhorar sua condição individual.

Portanto, segue o autor, as verdadeiras revoluções acontecem na mente das pessoas, e o progresso – o grande mito da modernidade – é compreendido mesmo sentido como direção individualizada para o depois: a seta do presente para o futuro define o aperfeiçoamento. Vale lembrar que o ideal político, o que mais se aproximava da ideia de uma nação criteriosa e um estado justo, era guiado pelo princípio do *Welfare State*, e Estado do Bem-Estar, associado à ideia de que cabe ao Estado a proteção dos cidadãos.

Buscando demonstrar seu ponto de vista de uma maneira cabal e inconteste, Smiles vai buscar no exemplo da biografia das figuras notáveis o seu argumento retórico de convencimento: a tese é a de que tudo pode ser rigorosamente possível para todas as pessoas que tem a ousadia de tentar buscar seu objetivo individualmente e a perseverança de a isto se dedicar. Seu exemplo favorito de autoconstrução de uma vida bem resolvida foi Benjamin Franklin, cuja autobiografia era, para Smiles, a mais cabal demonstração do seu ponto de vista.

Assim, curiosamente, o próprio Smiles faz recuar a datação sobre o primeiro texto de autoajuda, uma vez que a tal autobiografia, escrita em duas etapas, 1771 e 1784, aponta para outro momento histórico e econômico. Na sua esteira, e buscando provavelmente sofisticar este gênero literário, dando-lhe um lastro cultural mais sólido, vários dos autores de autoajuda e seus comentadores apontam em textos fundadores da nossa experiência tais como a *Bíblia*, o *Bhagavad-Gita*, parte do épico hindu *Mahabharata*, ou o *Tao Te Ching*, a mais antiga reflexão sobre o taoísmo, a origem do que chamam da ética da autoajuda.

Outros ainda associam a autoajuda à filosofia clássica grega, mais especialmente às escolas estoica e epicurista, encontrando nos seus ensinamentos uma prática de vida

que teria desaparecido depois na nossa experiência ocidental, a saber, que grande tarefa da filosofia era a de ensinar a viver.

Certamente, se é possível numa genealogia alargada encontrar na filosofia clássica algo que a aproxima da autoajuda, isto não acontece sem que reconheçamos grandes deslocamentos. Portanto, se considerarmos encontrar nesta experiência greco-latina a ideia de que a filosofia seria um modo de existência, como querem alguns helenistas, ou uma estética e uma técnica de si como elabora Foucault, ambos reconhecendo uma relação imediata de entre vida e filosofia, ou seja, ainda que haja aí um veio pragmático, não é, nem de longe, a visão utilitarista que acabou por definir o conjunto do fenómeno da autoajuda. A técnica de si era um equilíbrio entre o uso dos prazeres e o cuidado de si. E representava uma ascese muito, muito distante da visão imediatista, objetiva e mensurável da autoajuda, como literatura e como terapia.

Sobretudo um ponto oferece um contraste valioso, pois na Antiguidade o amor pelo saber, filosofia, funcionava como uma espécie de terapia para livrar não apenas o indivíduo, mas toda a humanidade dos seus temores: a morte, a pobreza, o anonimato e a solidão. Só que a filosofia clássica se propunha a eliminar estes temores ensinando cada indivíduo a ser senhor de si mesmo. Aliás, ser senhor de si mesmo, experimentar as paixões e não perder o controle era a condição tanto para governar a si mesmo como para governar os outros.

O objetivo era o fortalecimento espiritual do homem, uma vez que o homem sábio é capaz de viver com consciência, equilíbrio e liberdade, aprendeu a existir no presente e não deve se deixar assombrar pelo passado nem se inquietar com o futuro incerto. Duas ressalvas merecem menção: as palavras sucesso e felicidade não existem neste momento, e nem aquilo que designam tem qualquer valor ou relevância; a segunda é que não é um motor de progresso que busca aperfeiçoar o futuro que está

sendo buscado: podemos mencionar uma diferença do presente consigo mesmo, na maneira como ele se constrói nesta experiência realizada em uma sociedade de moral assimétrica e livre onde aderir aos critérios de intensidade, beleza, justiça era um exercício permanente sobre si mesmo.

Se pensarmos que a autoajuda costuma se caracterizar fornecendo esquemas e etapas a serem cumpridas, vislumbraríamos alguma semelhança com esta filosofia clássica cujas escolas desenvolvem práticas para estimular a sabedoria, incluindo o treinamento físico, as dietas, inúmeros tratamentos de resistência e ascese, assim como três tipos de exercícios espirituais: meditações, aprimoramento intelectual e desenvolvimento tanto de hábitos saudáveis como de habilidades entre as quais sobressaem a memória, a leitura e a escrita. Neste sentido, cultivar a arte de viver não era uma cultura do *self*, seria mais próxima da proposta nietzscheana: torna-te o que és, subtítulo do seu *Ecce Homo*. Qualquer leitor de Nietzsche sentiria diante do uso da palavra ajuda um ranço das forças reativas, uma espécie de paternalismo muitíssimo vinculado ao nascimento da má-consciência, tal como ele esboça no seu livro *Genealogia da Moral* (1988).

b) Escutando a autoajuda

Podemos observar que, já no seu nascimento, a literatura de autoajuda apresentava as duas vertentes que iria seguir, fazendo alternar a frequência de uma ou de outra segundo a época e o recorte social que desejam atingir: a primeira dedica-se a investir em um tipo de orientação espiritual, na qual se inclui a formação de uma subjetividade centrada na sua independência com relação às instituições e às comunidades, e onde a segunda aparece com uma vertente pragmática que inclui exemplos, exercícios e conselhos presentes em vários dos livros de autoajuda e responsáveis, em parte, pelo seu sucesso editorial.

Esta vertente pragmática, filha de um momento capitalista, o liberalismo, vai ser competente para associar-se também a modelos de gestão, o que seria contraditório se olhássemos a vida como dividida em preto e branco. Como é que algo que nasce para fortalecer o indivíduo contra as instituições, pode ser apropriado pelas empresas e corporações a ponto de chegar a estabelecer uma espécie de metodologia para os profissionais de RH (Relações Humanas) que usam os textos e os exercícios para aumentar a motivação e, conseqüentemente, a produtividade. Tinha razão Deleuze quando escreveu que a cultura empresa e o marketing seriam a *filosofia* dos novos tempos (1992).

Indo mais longe, vendo a coerência capitalista que nela se manifesta e fazendo uma brincadeira, a autoajuda sabe se ajudar: não apenas compreende as angústias próprias de cada época e se dirige a elas com soluções apaziguadoras, como sabe usar aquilo que prega: a perseverança no próprio objetivo. Trata-se de um negócio, e, como tal, o objetivo imediato é o lucro. Para obtê-lo, elaborou uma estratégia especial que consiste em não apenas chegar ao seu público como também formá-lo, indo buscá-lo onde ele está. No Brasil, que é apontado como sendo o segundo público consumidor, tendo à frente apenas os Estados Unidos – a pátria do liberalismo e da ética da autoajuda – os editores brasileiros de autoajuda exploraram o uso das bancas de jornais que cobrem o país de norte a sul para distribuir seus títulos, compensando a falta de livrarias de que o país sofre, além de utilizarem outros pontos de venda, tais como supermercados e lojas de conveniência. Certamente existem pessoas que, mesmo jamais tendo entrado numa livraria, já adquiriram livros de autoajuda e/ou esotéricos que se servem de um mesmo modelo.

Hoje este movimento de impulsionar as vendas vai mais longe: existem acordos entre algumas editoras como a Vozes e a Paulinas e a fábrica de cosméticos Avon, que trabalha buscando o consumidor no seu domicílio, *Avon chama!*, que associam a venda

de seus livros às mesmas representantes, que venderiam assim, se pudermos comentar, dois tipos de cosméticos: os da face e os da alma.

Podemos aqui fazer outra aproximação: estudos de consumo mostram que, em momentos de crise financeira, tensão política e até de guerras, as mulheres, mesmo as mais pobres, não deixam de comprar um batom, que pode custar de 2 reais a 200 reais e preenche um laivo de feminilidade que se aproxima de uma espécie de esperança. Aldous Huxley citou certa ocasião que os fabricantes de cosméticos não vendem cosméticos apenas, vendem esperança e amor (ou a sua promessas) em potinhos. Agora as vendedoras carregam duas fontes de esperança: o batom e o livro de autoajuda.

Acontece que os períodos de crise ou de grandes transformações são também os que são mais propícios para a recepção dos conteúdos da autoajuda. Mais vulneráveis, inseguros quanto a movimentos a escolher ou decisões a tomar, os leitores esperam conforto, orientação, alguma garantia e reconhecimento que acreditam encontrar no texto destes que muitas vezes transformam em exemplos, outras ainda em gurus.

Portanto a história da autoajuda é complementar à história política e econômica, fazendo com ela uma gangorra: épocas menos turbulentas demandam menos autoajuda. Tempos de crise, mudanças, perdas de referência e de estabilidade, financeira, profissional e afetiva são muito propícios ao surgimento de novos títulos de autoajuda ou reedição dos antigos.

Verificamos isto fazendo um pequeno percurso histórico em alguns títulos que consagraram o movimento iniciado por Samuel Smiles, e que surgiram e fizeram enorme sucesso num período histórico muito expressivo: trata-se do momento imediatamente posterior à Grande Depressão, talvez o primeiro grande trauma do processo capitalista. Aí encontramos uma recuperação espetacular do modelo do *Self-Help*,

encarnado em dois autores distintos entre si e, de certo modo, complementares, pois, visando o lado pragmático, um deles se relaciona com o sucesso nos relacionamentos sociais, e o outro no sucesso financeiro.

O primeiro é Dale Carnegie que publicou, em 1937, o best-seller *Como fazer amigos e influenciar pessoas*, que já vendeu mais de 50 milhões de exemplares até hoje. O livro é apresentado como um manual de ação, construindo um conjunto de regras que, se forem fielmente seguidas, garantiria sucesso incontestado. O livro tem 27 princípios, mas os dois primeiros sintetizam o conjunto: *Desperte nos outros uma necessidade intensa e Faça o outro se sentir querido*. Além de tornar pragmático o campo dos afetos e das relações humanas, difícil não ver no título a indicação para um manipulador, certamente com muitas chances de sucesso pessoal e profissional. Vale prestar atenção também numa expressiva característica dos textos de autoajuda: a assunção de comando que se traduz na produção de um conjunto de regras que devem ser obedecidas sem contestação, o tom imperativo marcado por verbos como *faça, desperte*, etc, que, no nosso entender, realizam dois movimentos simultâneos: enfatizam no limite mais elevado o que Foucault chamou de dispositivo disciplinar, ao mesmo tempo em que produzem indivíduos narcisicamente infantilizados.

O segundo autor ao qual nos referimos foi Napoleon Hill que escreveu, em 1930, *A filosofia do sucesso* e, em 1937, *Pense e enriqueça*, este último tendo vendido mais de 30 milhões de exemplares até hoje. Sua frase guia é: “Se minha mente pode imaginar então eu posso realizar”. Parece interessante mencionar que, embora publicados na primeira metade do século passado, sendo, portanto septuagenários, ainda fazem parte dos textos recomendados nos cursos de aperfeiçoamento das grandes empresas e nos grandes seminários de negócios. Se considerarmos que no mundo contemporâneo a própria estrutura do capitalismo não é mais a mesma e que as novas tecnologias viraram de ponta a cabeça os organogramas das grandes

corporações, trata-se de um feito que não pode deixar de despertar curiosidade e interesse.

Não seria possível ou relevante, neste momento, ler e/ou citar todos os livros de autoajuda publicados, até porque, e com isto concordam autores e editores, nesta nossa vida moderna, fragmentária, com vínculos frouxos, referências pouco consistentes e aceleração constante, nunca tantos buscaram orientação fácil e rápida com a própria vida e nunca tantos se dedicaram a orientá-los. Alguns merecem ser citados porque associam um enorme sucesso a um padrão que merece atenção.

O poder do pensamento positivo (1952), de Norman Vincent Peale, traduzido em 42 línguas e com mais de 20 milhões de exemplares vendidos, remete à ideia de Smiles: a revolução se dá na cabeça das pessoas. Acrescenta, no entanto, um dado que é o do chamado pensamento positivo. Esta invenção de uma força mágica centrada no pensamento e que não se relaciona com análise, juízo ou discernimento, e sim com uma crença que se pretende não religiosa, contudo, certamente se apóia numa lógica mística que estará presente em muitos dos títulos subsequentes, assim como vai fundar terapias bastante próximas.

Na verdade, este livro inaugura o que depois será chamado do conjunto das Leis de Atração que tem três estágios assim explicados:

- Pedir: o universo conspira a nosso favor e responde aos nossos pensamentos;
- Acreditar: é preciso acreditar que o que se pediu já é seu, não é necessário saber como, mas certamente acontecerá;
- Receber: sentir-se bem, ser feliz para entrar na frequência do momento do pensamento.

Um conselho acompanha este manual: devemos fazer o possível para gerar o pensamento positivo. Para mudar a sua vida, basta um dos 6000 pensamentos que podemos ter num dia.

Um exemplo de repercussão da ideia de pensamento positivo aparece num outro sucesso editorial bem mais recente: *Você pode curar sua vida* (1984), de Louise Hay, que vendeu mais de 3 milhões de exemplares e contém um dado autobiográfico: a autora contraiu um câncer ao qual sobreviveu. Sua teoria aparece com os seguintes diagnósticos: “As doenças são produtos do nosso estado de espírito” e “A cura exige que se abandone o padrão de pensamento que levou à doença.” Portanto o pensamento negativo nos adoece, o positivo nos cura, como aconteceu com ela. E não são os tratamentos médicos ou as pesquisas necessárias para o seu aperfeiçoamento que devem merecer nossa atenção, e sim nosso mundo interior. Aí já encontramos, traduzido para uma linguagem muito particular, a ideia do indivíduo somático, assim como o aparecimento da depressão como geradora de doença e eventual morte.

Pulando alguns anos e vários livros, vale um olhar atento para *As sete leis espirituais do sucesso* (1994), de Deepak Chopra. Chopra, nascido em Nova Délhi, estudou medicina, mudou-se para os Estados Unidos e foi professor na Faculdade de Medicina de Boston antes de tornar-se um guru, responsável pelo sucesso da meditação transcendental nos Estados Unidos. Em 1999, a revista Times listou-o como um dos 100 maiores ícones e heróis do século. O reconhecimento lhe valeu convites para apresentar-se na ONU, na OMS e na Academia Soviética de Ciências. Escreveu mais de 25 livros, mas este que escolhemos é considerado o protótipo do livro de autoajuda contemporâneo. Segundo Butler-Bowdon (2002, sp), “Você poderia jogar todos os outros livros fora e ficar só com ele”. “A ênfase no sucesso em prosperidade pode parecer pouco espiritual, mas, a menos que você seja um ermitão, precisa, como todo mundo, conciliar a criação de riqueza com o espírito” (Butler-Bowdon, 2003, p. 23). Aí o projeto capitalista perde seu disfarce: o que mede o valor de alguém é antes o sucesso na criação de riqueza material, de onde decorrerá o da riqueza de espírito.

Não é difícil aí associar a realização espiritual ao consumo, uma associação eficaz para os valores da vida contemporânea.

Diante dos exemplos que escolhemos para situar o processo de evolução da literatura de autoajuda, alguns argumentos prevalecem para explicar o sucesso do gênero. Nas entrevistas concedidas por autores e editores, frei Antônio Moser (diretor-presidente da editora católica Vozes que tem 10% do seu catálogo com livros de autoajuda) acredita que esta acabou assumindo um papel que cabia à religião, no sentido de oferecer orientação num mundo laico. Também teria contribuído para a expansão da autoajuda uma popularização da psicologia, significando sua entrada na mídia informacional e ficcional, telenovelas, filmes e no vocabulário, assim como no imaginário popular. Assim podemos verificar que os autores tendem a equilibrar-se entre um viés místico e teorias ligadas ao controle da mente⁴. Aliás, uma psicologia atravessada pela lógica vulgar deste controle da mente, nada próxima de qualquer ideia de interpretação e doação de sentido. Uma radical expulsão da hermenêutica como processo e método.

Além disto, para editores e autores, a autoajuda daria continuidade a uma tradição pragmática que teria sido sufocada e que remonta às origens da filosofia, argumento que já mencionamos e que mereceria uma salvaguarda de sentido.

Para exemplificar como os autores e editores de autoajuda constroem esta suposta significativa aproximação com a filosofia epicurista e estoica, recolho um exemplo em um valioso auxiliar: o livro *50 Clássicos de Autoajuda; cinqüenta livros inspiradores para transformar sua vida*, de Tom Butler-Bowdon, Editora Sextante⁵. O guru selecionado é Marco Aurélio, o imperador, aluno de Sêneca e o texto são as suas *Meditações*, do século II.

“

Adepto da filosofia estoica, o imperador não se deixava abater pelas dificuldades da vida [...] o estoicismo ensinava que os seres humanos deviam se submeter às leis do universo e enfatizava o dever, a abstenção do prazer, a razão e o destemor da morte. Os estoicos assumiam plena responsabilidade sobre suas ações, professavam a independência do espírito e buscavam o bem maior. Como se não bastasse, os estoicos tinham uma perspectiva internacional e acreditavam na fraternidade universal. Ou seja, se vivesse nos dias de hoje, Marco Aurélio estaria bastante à vontade como membro das Nações Unidas e outras instituições internacionais em prol do esforço cooperativo.”

(Butler-Bowdon, 2006, p. 177)

No Brasil, além dos sucessos internacionais alguns, exemplos de autores se destacam: Lair Ribeiro, sucesso de vendas e palestras com mais de 25 títulos publicados; Roberto Shinyashiki, psiquiatra, autor de vários títulos, entre eles *O sucesso é ser feliz*, que vendeu, no conjunto, mais de 5 milhões de livros; o preparador físico Nino Cobra, quem, em 2002 estava há 72 semanas na lista dos mais vendidos da *Veja*, com o título *A semente da vitória* e, como os outros, criador de um método cujo seguidor mais célebre foi Ayrton Sena; Augusto Cury, também com mais de 20 títulos publicados com sucesso, entre eles o atual best-seller *Nunca desista seus sonhos*, há mais de 20 semanas entre os mais vendidos na apuração realizada semanalmente pela revista *Veja*.

Em síntese, os livros de autoajuda se esforçam para dar uma roupagem empolgante ao bom senso. Usam fórmulas muito semelhantes, capítulos muito curtos, em torno de 3 páginas, com frases que condensam o que foi exposto, como, por exemplo, no livro

de Florence Scovell Shinn, *O jogo da vida e como jogá-lo* (1925): “A maioria das pessoas vê a vida como uma batalha, mas ela não é uma batalha, é um jogo”.

O princípio é que o leitor deve ser “poupado” de esforços para dar conta do texto, talvez visando estrategicamente a uma ideia que os esforços sejam realizados na direção de comportamentos e atitudes. Nada poderia ser mais diferente do leitor ativo que Nietzsche conclama em seus textos, aquele que deve ler com sangue, ou daquilo que caracterizou a arte moderna no seu conjunto e ainda baliza o seu princípio, o da interatividade ativa. Neste sentido, há uma distância abissal, o que nos permite dizer que é mais fácil compreender os livros de autoajuda comparando-os com manuais de comportamento que algumas empresas produzem.

Duas noções são razoavelmente constantes neste decálogo que tem o *Pense Positivo e É Sua Vez de Agir* como princípios. A primeira se refere ao fato de que a história prova que as instituições e as comunidades desmoronam e o indivíduo fica exposto, por isto só precisamos saber mais sobre nós, estarmos consciente de como administrar a mudança e ter planos para nossa vida que só dependam da nossa iniciativa, criatividade, ousadia e dedicação. Um convite ao narcisismo explícito e editado além de uma declaração retumbante da falta de sentido das utopias modernas assim como dos projetos coletivos. Aí há outro dado curioso: como já mencionamos, a autoajuda se utiliza de todos os meios de comunicação, havendo hoje aplicativos de autoajuda que podem ser baixados nos nossos *smart phones*, que nos enviam por dia uma mensagem ligada ao pensamento positivo e um convite a mudar de atitude. Ora, a rede, em princípio, seria ligada à lógica da comunidade, da rede social, de um novo ativismo. Neste caso ela é um meio de cultivar um autocentrismo no mundo onde se apregoa o fim de qualquer centro. A segunda, mais sutil e partilhada de maneira muito mais elaborada por estudiosos da cultura contemporânea,⁶ afirma que amamos a liberdade, mas nos assustamos com as necessidades e com o âmbito das escolhas.

Portanto, precisamos saber efetivamente o que queremos e onde buscá-lo para não desperdiçar forças e tempo. Autoestima, livre-arbítrio e determinação seriam aí as palavras-chave.

No conjunto, mesmo fazendo aqui uma apresentação muito panorâmica, a autoajuda tem duas concepções diferentes, que implicam em direções diferenciadas. A primeira propõe a existência de uma alma imutável dentro de nós, que nos ajuda e guia e, por aí, o autoconhecimento é o caminho da maturidade. No entanto, este autoconhecimento não é resultado de ascese, que historicamente associa-se a princípios de subjetivação, mas deriva de um princípio bastante simples de uma identificação quase primária. Esta crença aproxima bastante a literatura de autoajuda de outro gênero que podemos chamar de místico ou esotérico e que, não por acaso, aparece nas revistas informativas como *Veja*, no mesmo quadro da autoajuda onde se faz o balanço dos livros mais vendidos da semana. Ao mesmo tempo, nos aponta também a sua aproximação com movimentos de renovação religiosos e seitas recentemente surgidas, como a cientologia ou a moda da Cabala, sintomas prováveis dos mesmos males na vida contemporânea onde se incluem a influência das celebridades, o exemplo da presença da Madonna nas notícias sobre a Cabala sendo exemplares para nosso argumento.

A outra concepção presume que o *self* é uma folha em branco, uma vez que o passado é o que deve ser superado para se chegar a um futuro exitoso, folha na qual se pode escrever sua própria história e, por analogia, podemos dizer que se aproxima de uma psicologia motivacional ou de uma filosofia pragmática o que também explica a associação da autoajuda com as biografias de homens e mulheres que souberam construir suas vidas e fazer diferença, tal como nos sugerem os autores.

Deslocando a atenção para esta presença das biografias que, como vimos, aparece desde o texto de Smiles, é possível perceber uma diferença importante entre os textos de autoajuda dos anos 60, por exemplo, caracterizados como manuais de instrução

gerais e explicitados por verbos no imperativo tais como: Faça!, Pense!, Coma!, Escolha!, e a grande parte dos textos a partir dos anos 80/90, escritos no primeiro nome próprio, tornando visível o valor do testemunho e atendendo possivelmente a uma demanda de contemporaneidade verificável em textos jornalísticos e no próprio sucesso editorial das biografias, sejam elas ligadas diretamente às lógicas de autoajuda como o livro do Bernardinho, *Transformando suor em ouro*, ou a do Keith Richards, *Vida*, sem tal viés pedagógico.

Neste lugar, o esportista recebe um lugar de destaque. Enquanto a ginástica, coletiva, é um caso de disciplina, necessário à sociedade industrial, o esporte é uma escola de audácia, energia e vontade perseverante. É um universo que apresenta uma visão nova da saúde, uma nova convicção, uma direção que não se vincula a um passar da não saúde para a saúde, mas aperfeiçoar a saúde num crescimento indefinido. Além de ser, como é bastante evidente, central para a cultura do entretenimento e do espetáculo, que fez do esporte uma das mais poderosas máquinas de administração de capital e renda, isto é, um negócio ou um *business* para usar a expressão dos teóricos do assunto.

Posta sob as lentes das teorias de comunicação, a autoajuda pertence e carrega a cultura de massa do século XX. Começa por se apresentar em diversos formatos, combinando-se com muitos gêneros literários, incluindo os de ficção e os de divulgação científica. O sucesso do filme e do livro *O Segredo*, de 2007, que vendeu em um ano 2 milhões de DVDs e 6 milhões de livros impressos, é um interessante exemplo. Convocando cientistas e intelectuais nas suas entrevistas, Rhonda Byrne, sua autora, reconheceu o lugar da ciência como o depósito imaginário de conteúdos verdadeiros em nossa atualidade. Associando-se com este ambiente, deu ao seu segredo valor de verdade. E, neste movimento um pouco bizarro, associou a ciência mais avançada e sua radical historicidade à mística e eterna ideia da criação.

Mencionamos no nosso título o biopoder e até agora este apareceu, esperamos, de maneira lateral na nossa análise. Para tornar mais evidente a associação, voltamos ao criador do conceito, o próprio Foucault, acompanhando-o no curso que ministrou no Collège de France em 1978/1979 e que foi publicado como *O nascimento da biopolítica* (2004). Foucault afirma que é necessário pensar no liberalismo econômico para entender o nascimento dessa política da vida, tomando o cuidado necessário para não ser apreendido por uma interpretação de cunho marxista, que fale de infra ou superestrutura, ou por uma relação causal e determinística que pontuaria que o liberalismo econômico como uma causa e a biopolítica a sua consequência. Acrescenta, contudo, e isto é crucial para o nosso tema, que no liberalismo também vamos encontrar uma teoria do homem econômico, mas aí o homem econômico não é mais o parceiro das trocas. O *homo oeconomicus* é um empreendedor, e mais, um empreendedor de si mesmo.

Ele identifica um novo processo onde este empreendedor de si mesmo deve ser, para si próprio, seu próprio capital, seu próprio produtor, sendo, para si mesmo, a fonte da sua renda. E se pergunta de que seria constituído este capital humano e como seria gerenciado tanto pelo próprio sujeito, quanto pela biopolítica, nos seus dois braços de anátomo-política dos corpos e biopolítica das populações. Sugere que este seria constituído, ao mesmo tempo, de elementos inatos e adquiridos. No caso dos elementos inatos, isto dá vazão a um enorme interesse pelo campo do hereditário, incluindo claramente o cálculo de risco capaz de conduzir a uma genética racista e a projetos eugenistas, já que apenas os triunfos da engenharia genética poderão superar, se o puderem, os limites do inato. E certamente estaríamos mais próximos da biopolítica das populações.

Quanto aos adquiridos, ou seja, à premissa de expandir o capital humano, valem os investimentos educativos, portanto vinculados à disciplina e ao controle, dirigidos

à formação de competências, capazes de produzir indivíduos motiváveis e flexíveis. E torna-se necessário o cálculo destas competências que terão, nas noções de valorização, agregação de valor e produtividade suas novas palavras-chave.

Nesta operação, onde viver assume a lógica do marketing, faz-se necessária a elaboração de estratégias que sejam eficientes para contribuir para esta valorização do capital humano. Afinal, não seria natural e espontâneo nos homens a escolha das condutas desejáveis para este fim. Mediações são indispensáveis, e, no nosso ocidente tagarela, isto se dá a partir de narrativas competentes. Entretanto, tem sido muito comum falarmos no fim das narrativas, seja das grandes narrativas históricas, seja na crise da literatura, e/ou da leitura. Se isto é ou for verdade, não acalmaria nossa fome de histórias, esta *adição* (Salmon, 2010, p. 33) que nos caracteriza. Talvez por isto mesmo a figura do testemunho, da narrativa do eu, tenha uma das suas origens em histórias de adição. Douglas Coupland, num *best-seller* dos anos 90, *Geração X*, apresenta, nas reuniões dos Alcoólicos Anônimos, a última figura das histórias contadas em torno da lareira, o mergulho no inferno, os abusos, os fracassos, os vexames; enfim, uma dolorosa romantização da própria vida, agora com funções terapêuticas e não de construção de subjetividade. O acordo é que só são proibidos dois movimentos: a interrupção e a crítica e apenas um retorno é esperado: o aplauso e o incentivo.

Destas mediações necessárias e da necessidade de exemplos e de histórias, surge a autoajuda, servindo de bandeja exemplos, conselhos e doses calculadas de autoestima e realização pessoal, social, profissional e financeira. Certamente com sucesso, se não na produção destes indivíduos, na promoção do seu próprio marketing. ●

REFERÊNCIAS

- BAUER, Martin W.; GASKELL, Georges. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAFELLO, Éve, *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

- BRAGANÇA DE MIRANDA, José. A cultura como problema. In: *Tendências da Cultura Contemporânea*, revista de Comunicação e Linguagens, Lisboa: Relógio d'Água, n. 28, out.2000.
- BUKATMAN, Scott. *Terminal identity – The virtual subject in post-modern science fiction*. New York: Duke University Press, 1993.
- CANGUILLEN, Georges. *La santé: concept vulgaire et question philosophique*. Paris: Sable, 1990.
- CASTEL, Robert. *A insegurança social: o que é ser protegido?* Rio de Janeiro: Vozes, 2003.
- DOUGLAS, Mary. *Pureza e perigo*. Lisboa: Edições 70, 1991.
- EHRENBERG, Alain. *La fatigue d'être soi*. Paris: Odile Jacob, 2000.
- _____. *La société du malaise*, Paris: Odile Jacob, 2010.
- FOUCAULT, Michel. *A vontade de saber, História da Sexualidade I*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- _____. *Le Souci de Soi – Histoire de la Sexualité III*. Paris: Gallimard, 1984.
- _____. *Naissance de la biopolitique, Cours au Collège de France, 1978-1979*. Paris: Gallimard-Seuil, 2004.
- FREIRE FILHO, João (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.
- MANSFIED, Nick. *Theories of the self from Freud to Haraway*. New York: New York University Press, 2000.
- MOSCOVICI, Serge. *A representação social da psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- RABINOV, Paul. *Artificiality and Enlightenment, from sociobiology to biosociality*. New Jersey: Princeton University Press, 1996.
- ROSE, Nicholas. *The politics of life itself. Biomedicine, power and subjectivity in the twenty-first century*. New Jersey: Princeton University Press, 2007.
- SALMON, Christian. *Kate Moss machine*. Paris: Ed de la Découverte, 2010.
- SLOTERDIJK, Peter. *Regras para o parque humano*. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.
- STEINER, Georges (Org.). *A ciência terá limites?* Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008.
- TAYLOR, Charles. *As fontes do self: a construção da identidade moderna*. Rio de Janeiro: Loyola, 1997.
- TUCHERMAN, Ieda. *Breve história do corpo e de seus monstros*. Lisboa: Veja, 1999.
- _____. Biopolítica, mídia e autoajuda: segredo ou sintoma? In: revista *Galáxia*, PUC-SP, 2010.

NOTAS

- ¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de julho de 2011.
- ² Difícil não pensar em Deleuze e Lazzarato sobre o que entra e o que é excluído, o deors como resíduo.
- ³ Desenvolvemos este tema no artigo Tucherman, Ieda, Saint-Clair, Ericson Turbinando cérebros, publicado no número 8 da revista *Interim*.
- ⁴ Consideramos que Paulo Coelho, segundo alguns, o autor mais publicado e traduzido no mundo, o bruxo e o Pelegrino, como ele mesmo se define, um exemplo acabado desta mistura de misticismo, controle da mente, pensamento positivo e uso de fontes fundadoras tais como o Talmud, o Corão, os textos budistas e outros tais.
- ⁵ A editora Sextante é a mais importante editora de livros de autoajuda no Brasil. Distribuindo em bancas de jornal, que no Brasil, cobrem o país de norte a sul, tem entre seus títulos, O monge e o executivo de James Hunter, há 2490 semanas na lista dos mais vendidos que ultrapassou a tiragem de 2 milhões e meio de exemplares vendidos no Brasil!
- ⁶ Citamos como exemplo de autores que elaboram esta relação Alain Ehrenberg com *La fatigue d'être soi* (1995) e *La Société Du Malaise* (2010), Richard Sennett, *A corrosão do caráter* e Susan Neiman, *Moral Clarity*.