

Literatura de autoajuda: um olhar sobre as relações de trabalho

Self-help literature: a look at labor relations

Adriana Cláudia Turmina¹

Programa de Pós-Graduação em Educação (UFSC)

Florianópolis – SC – Brasil

Endereço:

Rua Lauro Linhares, 1830, apto 2

Trindade – Florianópolis - SC

CEP: 88036-002

E-mail:

aturmina@hotmail.com

Artigo Recebido em 17/05/2009

Aprovado em 15/10/2009

RESUMO

O artigo destaca a emergência do discurso de autoajuda nas relações de trabalho, resgatando-se brevemente a origem da autoajuda clássica, datada de 1859, para se entender a configuração deste discurso que (re)florece a partir dos anos 90 do século XX. Um olhar mais apurado sobre os usos e os abusos deste discurso pela área de relações humanas permite pensar sobre o movimento do capital que, sob face “humanitária”, procura camuflar as relações de exploração e de poder entre empresários e trabalhadores. Dessa forma, a linguagem utilizada no discurso de autoajuda constitui uma estratégia que permite ao capital renovar seu controle nas relações de trabalho.

Palavras-chave: Autoajuda. Relações de trabalho. Discurso.

ABSTRACT

The article focuses on the emergence of a self-help discourse in the labor relations. It briefly discusses the origins of traditional self-help, which go back to the nineteenth century, in order to understand its reconfiguration in the last decade of the twentieth century. It then analyzes, in more detail, the uses and abuses of this discourse by the area of human relations, enabling us to think about the movement of labor capital which, under a “humanitarian” guise, seeks to conceal the relations of exploitation and power between employers and employees. Thus, the language used in the discourse of self-help is, in itself, a strategy that allows labor capital to resume control in labor relations.

Keywords: Self-help. Labour Relations. Discourse.

Apresentação

Entender a complexidade e a dinâmica das relações de trabalho cerceadas e controladas pelo capital constituiu um grande desafio dos pesquisadores na atualidade. Para percorrer esse

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina.

Turmina, A. C. – Leitura de autoajuda um olhar sobre...

caminho, parte-se da hipótese de que o capital, sob a roupagem da humanização do trabalho, investe no discurso de autoajuda como uma estratégia dilui as relações de poder entre empresários e trabalhadores, configurando-se numa estratégia de ‘qualificação’ e de controle para atender aos desígnios do capital sob o pretexto de atender às necessidades do trabalhador. Eis a importância do discurso de autoajuda visto como um veículo que dissemina uma linguagem que visa (con)formar o trabalhador às novas demandas do mercado de trabalho.

Investindo nesta perspectiva, pode-se salientar que a funcionalidade da autoajuda nas relações de trabalho passou por dois períodos distintos – de surgimento e de (re)valorização. Esse discurso que (re)floresce nos anos 90 do século XX e vem atender a uma demanda do capital que precisou renovar seus mecanismos de controle como forma de impedir ou atenuar manifestações de insatisfação na relação capital e trabalho. É neste sentido que a autoajuda configura-se como um novo mecanismo social, como uma estratégia de controle e de ‘qualificação’, instituindo ou reinstituindo a humanização numa relação que é caracterizada pela exploração e pela dominação. A operacionalização desta que se torna uma nova cultura de relacionamento entre empresários e trabalhadores se dá pela mediação dos gurus da autoajuda, considerados os ‘pedagogos’ do capital, já que visam ‘educar’ para a (con)formação. A autoajuda media, assim, uma ‘negociação’ sob uma fachada que consegue camuflar que o objetivo é a promoção de uma abertura ou trânsito do capital visando adentrar nas esferas da subjetividade do trabalhador.

Em conformidade com as novas formas de gestão do trabalho, os empresários deparam-se com o desafio de encontrar profissionais que tenham mais do que habilidades técnicas: demanda-se a capacidade de **resiliência**¹. Em um ambiente e processos estressantes de recrutamento e seleção, de múltiplas e variadas demandas, os trabalhadores precisam demonstrar domínio das capacidades físicas e mentais como requisito para competir num mercado de trabalho em constante mutação. Exige-se um contingente de trabalhadores não mais em tempo integral na empresa, mas em períodos parciais, temporariamente disponíveis e inseridos em um ambiente no qual o colega de trabalho pode ser o pretense ou o potencial usurpador da sua vaga na empresa.

Tendo em vista esse redimensionamento no processo de seleção, os empregadores buscam funcionários mais qualificados e apostam num discurso que exalta a valorização dos atributos subjetivos e a capacidade individual do trabalhador de mobilizar-se no processo de trabalho. A subjetividade passa a ser valorizada à medida que converte habilidades socioafetivas em retorno

produtivo à empresa. O capital percebe que, ao incorporar a subjetividade como força motriz aumenta, sua capacidade de produção e estende o seu controle sobre a ‘alma’² do indivíduo.

De qualquer forma, o controle do trabalho é complexo e envolve, segundo Harvey (1992, p. 78), “uma mistura de repressão, familiarização, cooptação e cooperação”. Envolve um trabalho de sedução (MORGADO, 1995), para o qual as palestras de autoajuda constituem uma poderosa ferramenta. Estes elementos são utilizados como instrumentos de captação das necessidades do trabalhador que, num cenário vulnerável, torna-se ávido por qualificação e atualização profissional, bem como busca alguma realização pessoal, tem necessidade de pertencimento e identificação do trabalhador expressos na motivação para o trabalho.

A empresa busca assumir e desenvolver estratégias para promover a satisfação das necessidades de seus trabalhadores. Como os empresários estão potencializando estratégias para ampliar o controle e o espaço de dominação dos trabalhadores nos círculos empresariais? A autoajuda, nesse sentido, representaria um mecanismo de cooptação do “corpo e mente” dos trabalhadores? Promover a qualificação profissional e atender às necessidades de satisfação pessoal e emocional são benefícios que respondem aos interesses dos trabalhadores [no discurso empresarial], mas principalmente visam atenuar e minimizar relações de trabalho conflituosas. É preciso lembrar que as contradições nas relações de trabalho são latentes: de um lado os interesses dos empresários e, de outro, os trabalhadores que vivem uma relação que expressa um misto de sentimentos de proteção e ameaça por parte da empresa. Na verdade, os conflitos não desaparecem e os empresários parecem apostar na autoajuda como um meio de dissimular as contradições existentes. Neste contexto, evocam-se as palavras de Pagès et al. (1987, p. 28), quando salienta que “as contradições do sistema capitalista nem sempre são diretamente observáveis, pois são ocultadas e transformadas pelos processos de mediação”.

À medida que as empresas desejam formar um trabalhador que se enquadre em determinadas necessidades, estas se apoiam em um discurso organizado para atingir o seu público, mas, sobretudo, procuram fazer uso de uma linguagem assertiva que mobilize o trabalhador da forma que se deseja. Ellsworth (2001, p. 15), focando as teorias de cinema, lembra que “existe uma poltrona no cinema para a qual aponta a tela do filme, uma poltrona para a qual os efeitos cinematográficos e as composições dos quadros estão planejados, uma poltrona para a qual as linhas de perspectiva convergem, dando origem a mais plena das ilusões de profundidade,

Turmina, A. C. – Leitura de autoajuda um olhar sobre...

de movimento, de ‘realidade’”. Também na literatura de autoajuda há um sujeito que é focado, visualizado: o trabalhador. A argumentação flui no sentido de atraí-lo, de convencê-lo de que as palavras ou que aquele discurso foi feito exatamente para ele. Tanto assim, que é comum se ouvir frases do tipo: “parece que esse livro foi escrito para mim”, ou “essa palestra tem tudo a ver com a situação que estou vivendo”, ou seja, o “modo de endereçamento” constitui uma forma de identificação daquilo que está sendo dito com aquilo que o indivíduo deseja ouvir. Na área dos estudos culturais, “os teóricos do cinema têm utilizado a noção de modo de endereçamento para compreender as questões no que se refere a algo que está no texto do filme e que age sobre seus espectadores” (BRAGA, 2005, p. 2). Modo de endereçamento é uma expressão relacionada ao cinema e é aqui resgatada no intento de se estabelecer uma relação entre a produção e a direção de determinado discurso para um público-alvo. Ellsworth (2001, p. 14) propõe que se pense em modos de endereçamento no plural, justamente porque a produção do discurso visa a vários âmbitos da realidade social. O conceito de modos de endereçamento, de acordo com a autora, está centrado no seguinte argumento:

Para que um filme funcione para um determinado público, para que ele chegue a fazer sentido para uma espectadora, para que ele a faça rir, para que a faça torcer por um personagem, para que um filme a faça suspender sua descrença [na ‘realidade’ do filme], chorar, gritar, sentir-se feliz ao final – a espectadora deve entrar em uma relação particular com a história e o sistema de imagem do filme.

A ideia de se pensar no discurso de autoajuda como um modo de endereçamento parte da tese de que tanto autores/palestrantes quanto roteiristas/diretores pretendem ‘mudar’ a posição dos indivíduos na prática social, procurando interferir na forma como esses atuam nas relações sociais, em especial nas relações de trabalho. É interessante observar que a produção do discurso tanto no cinema como em outros espaços pretende promover uma mudança social, sendo que o discurso contribui: a) na construção do que variavelmente é referido como ‘identidades sociais’ e ‘posições do sujeito’ para os ‘sujeitos’ sociais; b) na construção das relações sociais entre as pessoas e c) o discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimentos e crença (FAIRCLOUGH, 2001). Quando se trata de pensar no discurso como um meio que tem em mira a mudança social, deve-se pensá-lo em estratégias de direcionamento, de controle, mas principalmente em modos de endereçamento. A questão é: o discurso é direcionado a um público

Turmina, A. C. – Leitura de autoajuda um olhar sobre...

específico, mas os modos de endereçamento que ele contém não são visíveis. Ou seja: os modos de endereçamento trazem à tona uma questão importante, a de que cada conteúdo convoca o seu público a agir de acordo com as proposições colocadas, o que não quer dizer que elas estejam claras e que este irá atingir a todos os indivíduos – trabalhadores. Supostamente, os modos de endereçamento induzem o indivíduo a pensar de uma determinada maneira. É o caso do discurso de autoajuda.

Nessa perspectiva, tanto no discurso de autoajuda quanto no cinema ou na escola, as relações de poder presentes na construção de discursos induzem o público a assumir, a se encaixar em um determinado papel. A representação ou a posição que cada indivíduo ocupa nas relações sociais pode ser reforçada devido à atuação dos responsáveis pelos modos de endereçamento. Por meio desses, os indivíduos são convidados a se posicionar sob “estímulos sedutores e recompensas para que se assumam aquelas posições de gênero, *status* social, raça, nacionalidade, atitude, gosto, estilo às quais um determinado filme endereça” (ELLSWORTH, 2001, p. 25). Em especial, no discurso de autoajuda, esta é uma questão um tanto quanto complexa, pois há certa dificuldade em se medir níveis de alcance do discurso, níveis de aplicabilidade e, ainda, a significação que se pretende via discurso pode encontrar resistências em determinado momento e/ou, posteriormente, encantar e seduzir.

Sobre os primórdios da autoajuda

A genealogia do discurso da autoajuda é atribuída ao médico escocês Samuel Smiles (1812-1904). Em 1859, o autor publica *Self-Help*, obra que pode ser considerada a mais importante de suas publicações e que dá início à literatura de autoajuda e a uma série de tratados sobre a conduta humana nas relações de trabalho. O livro é um compêndio resultante de uma série de palestras proferidas a jovens trabalhadores que buscavam, inicialmente, o ensino mútuo. Pode-se dizer, também, que o livro deriva de uma série de conferências que Smiles apresentou a um grupo de trabalhadores num período em que os valores morais eram sobrevalorizados na sociedade. Fortalecer o caráter significava estabelecer uma continuidade na ordenação desses valores. Smiles fundamenta a prática da autoajuda, de modo que sob a égide do mandamento

moral este “controlaria” o individualismo que vinha se firmando desde o século XVII (SMILES, 1880, p. 75).

Na década de 1840, sob os preceitos da doutrina liberal, Smiles começa a pensar na importância do aperfeiçoamento do caráter individual aplicado ao trabalho, para o desenvolvimento de uma nação – neste caso, a Inglaterra. É a partir desta experiência que Smiles adentra o mundo do trabalho, congregando em *Self-Help* aquilo que no decorrer dos anos havia composto o teor de suas palestras, trazendo à tona os valores que norteiam esta que é a primeira obra do gênero. A crença de que o conhecimento das histórias de vida de homens bem-sucedidos poderia proporcionar um estímulo para que outros alcançassem patamares de sucesso levou Smiles a buscar nas biografias uma estratégia para mobilizar os trabalhadores ingleses. Ao que consta, Smiles proferia palestras divulgando suas ideias sobre o desenvolvimento do caráter pelo cultivo do hábito, da autoajuda, do valor da educação pelo trabalho e da importância das biografias como modelos a serem seguidos. Em sua concepção, competia ao homem a autonomia de condução de sua vida. Os excertos biográficos de homens de caráter, passíveis de serem apresentados como exemplos, constituía o recurso pedagógico utilizado pelo autor para se comunicar e repassar seus aconselhamentos aos trabalhadores ingleses.

Smiles viveu em um período em que a história dos homens, em especial a dos operários das fábricas, estava sendo construída sob muitos confrontos. O autor acompanhou e participou da construção de uma nova ordem social, cuja organização do trabalho deixava de lado o artesanato para o estabelecimento do sistema fabril - época de grandes invenções industriais. E é nesse período que Smiles deixa registrado seu clamor para que os trabalhadores ingleses exerçam o “auxílio próprio”, sendo protagonistas de sua própria história.

Tendo isso presente, Smiles fundamenta a sua apologia à prática da autoajuda. “O exemplo é o mais eficaz dos mestres, apesar de ensinar sem linguagem. É a escola prática da humanidade que ensina por meio de atos que são mais poderosos do que as palavras” (SMILES, 1880, p. 412). Para Smiles, a convivência com pessoas que tenham uma conduta de vida “adequada” aos preceitos e aos valores morais tem mais a ensinar e é muito mais útil do que aprender conteúdos de química ou física, como o autor já frisara em algumas passagens de sua obra. Ele acredita em um evolucionismo social em que o caráter dos pais ou dos homens que figuram como modelo pode ser reproduzido naquele que acompanha tais trajetórias. Seus

ensinamentos pretendem ajudar a sedimentar as bases que constituem o progresso de uma nação. “Daí provém a grande importância do exemplo, constitui um ensino mudo que o mais pobre e menos importante da sociedade pode dar na prática cotidiana” (SMILES, 1880, p. 417). E resume: “Não basta *dizer* aos outros o que eles devem fazer: é necessário dar-lhes o exemplo das obras” (Id., *ibid.*, p. 418). A educação do caráter se dá, então, pelas biografias, no acompanhamento de uma série de modelos de conduta que podem ser estudados, admirados e imitados pelos homens.

Eis a ênfase na necessidade e importância da nobreza do caráter. Por nobreza do caráter, Smiles refere-se a uma ordem moral que o indivíduo incorpora, cultivando-a pelo hábito. Os preceitos da doutrina liberal são aqui apresentados sob a forma do incentivo à prática da autoajuda. “A força, a indústria, a civilização das nações, tudo depende do caráter individual (...) as leis e as instituições não são mais do que as manifestações do caráter” (Id., *ibidem*, p. 438). Para o autor, homens de bom caráter não possuem uma hierarquia social. Tanto o operário quanto um senador podiam, na opinião de Smiles, apresentarem-se como exemplos a serem imitados. Ele faz uso de parábolas bíblicas para enaltecer os seus argumentos, recorrendo principalmente às palavras de Salomão e São Paulo.

Desta forma, o movimento da autoajuda desencadeado por Smiles parte da crença no potencial realizador do indivíduo relacionado ao desenvolvimento de um caráter pautado na moralidade, funcionando como condicionantes para o progresso individual. Por tudo isto, o referido autor, contemporâneo de Marx, desconsidera a luta de classes, o antagonismo entre proletariado e burguesia, acreditando que a superação das diferenças se daria na dedicação ao trabalho, na disciplina da profissão, consolidando a importância da moral como determinante na organização social dos indivíduos. Sua visão consiste numa espécie de darwinismo social em que os mais fortes – referindo-se à força de vontade – superariam os mais “fracos”.

Sobre a (re)valorização da autoajuda na atualidade

Do ponto de vista mais geral, os anos 90 do século XX podem ser considerados como o espaço-tempo de metamorfoses nas relações de trabalho a partir do qual se busca entender as implicações da adoção do discurso da autoajuda na atual configuração do mundo do trabalho. É

nessa ambiência que esta literatura constitui-se em um fenômeno que tem alimentado o que convencionou chamar de “indústria da autoajuda”.

Assim, o que se constata é que nos últimos anos esse fenômeno se expandiu. Em matéria intitulada “**O alto-astral da auto-ajuda**”, publicado na Revista *Veja* de 13 de novembro de 2002, destaca-se o aumento no número de pessoas que, surpreendentemente, elevam os índices de consumo de livros, palestras e cursos do gênero. A explosão da autoajuda, segundo dados da revista, revela que o segmento cresceu mais de 700%, sendo que só em 2001 foram vendidos cerca de 3,4 milhões de livros desse gênero. Já em 2008, de acordo com Cavallera (2009), a maioria dos *best-sellers* do mercado editorial que vendeu 50 milhões de exemplares e gerou receita de R\$ 321 milhões nesse ano, transita na fronteira entre autoajuda e ficção.

A partir dessa vigorosa expansão, a autoajuda pode ser considerada “o espírito da época”, já que se trata da construção de uma nova cultura de relacionamento entre empresários e trabalhadores, representando também, em perspectiva histórica, um dos pilares que sustentam as práticas de gestão organizacional pautadas na flexibilidade em vigência nos tempos atuais. Sentimentos como insegurança e medo de ficar ou permanecer desempregado legitimam e servem de estímulo à construção da “cultura da autoajuda”. Em algumas empresas, ler livros ou assistir a palestras de autoajuda representa uma iniciativa que visa à ‘qualificação’ para os trabalhadores. Em um contexto de reestruturação, de volatilidade das relações de trabalho, em que as pessoas podem ser dispensadas a qualquer tempo, tem-se a necessidade de se repensar o que fazer, como fazer, ou seja, é preciso rever atitudes, comportamentos e relacionamentos para intervir em um mercado de trabalho cuja característica principal é a seletividade e a descartabilidade.

A autoajuda representa um “remendo” do sistema capitalista que nos momentos de refluxo desponta como alternativa, principalmente com o intento de manter visível uma fachada intacta, quase ou totalmente inabalável, até que irrompam as crises de dimensões planetárias. Há problemas e é isso que uma análise mais apurada do (re)florescimento da autoajuda revela.

A autoajuda tornou-se para o capital uma das estratégias que visa mascarar a contradição na relação entre capital e trabalho, de modo que se descaracterize a organização como um espaço de conflito, de exploração. Apesar da instabilidade, o capital sustenta a máscara de que “tudo vai bem”. Como lembra Ianni (1996, p. 120), o capitalismo “se impõe ou sobrepõe às mais diversas

formas de organização da vida social. Tanto pode conviver como absorver, tanto modificar como recriar, as mais diferentes modalidades de organização social do trabalho e da produção”.

Enquanto isso, vender livros e proferir palestras eleva os gurus à categoria daqueles que se preocupam com o bem-estar humano; mais especificamente, associam-nos aos que entendem o que as pessoas estão passando ou sentindo e, principalmente, necessitando. A credibilidade dada a esses profissionais os coloca em posição privilegiada, é um tipo de confiança cega, no poder de convencimento instantâneo já que não há, em geral, por parte das empresas, acompanhamento das implicações, das mudanças de comportamento em função do que foi lido nos livros ou ouvido nas palestras de autoajuda. O trabalhador torna-se mais um entre tantos outros indivíduos que são “reduzidos a um simples material estatístico, os consumidores são distribuídos nos mapas dos institutos de pesquisa (que não se distinguem mais dos de propaganda) em grupo de rendimentos assinalados por zonas vermelhas, verdes e azuis” (ADORNO; HORKHEIMER, 1991, p. 116). Mas por que os trabalhadores buscam os manuais de autoajuda, caracterizados pela pouca consistência literária e científica? O que os move?

Para responder a tal questão, recorre-se a Chagas (2001, p. 37), que em análise de uma variedade de livros de autoajuda constata que os indivíduos

são repetidamente incentivados pelas leituras dos referidos manuais, ao mesmo tempo em que, sem conhecimento de causa, empenham-se, dia a dia e com o maior interesse, na aplicação das sugestões e técnicas extraordinárias que lhes são ensinadas pelos seus pregadores, para a aquisição de bens materiais e com a finalidade explícita de alcançar a riqueza, a felicidade e, por suposto, a realização pessoal. Essa fração de conteúdos de auto-ajuda [...], submete o indivíduo a uma ordenação sentenciosa. Este, imaginariamente, cria a fantasia de que encontrou o segredo que, excepcionalmente, levá-lo-á ao êxito pelos objetos, pela riqueza.

Além disso, o discurso pronunciado na autoajuda visa reforçar o ideal de um indivíduo cuja satisfação pessoal está em alta, em amplas condições de consumo, mantendo em elevação uma progressão financeira. Mediante tais proposições, o que se apreende, em linhas gerais, com os gurus da autoajuda é que estes produzem um discurso que vai ao encontro desse ideal imperativo de ascensão pessoal e profissional. Nesse sentido, Bittencourt (1998, p. 36) destaca que a ideia de que a ideologia do livre mercado cria mais empregos com benefícios para todos os

indivíduos, ainda que, “na verdade, denigra os valores e ideais humanos e sociais básicos, ela tem-se incrustado em nossos valores, instituições e cultura a tal ponto de a aceitarmos quase sem questionar”. As prescrições veiculadas pela literatura de autoajuda reforçam o individualismo, enfraquecem os laços sociais e acabam produzindo o deslocamento da vida comunitária para a vida individual, conforme observa Chagas (2001). O que move então os trabalhadores em tempos de autoajuda é a confiança que se atribui à proposta de ‘ajuda’ que os pregadores colocam em expressão. Os sugestivos títulos desses manuais apelam de forma expressiva para a emergência e a consolidação de novas formas de pensar e de agir. São as receitas que prometem colocar o trabalhador numa condição de vantagem frente àqueles que não consomem dessa literatura.

A partir do exposto, tem-se que o sucesso da indústria cultural espelha o poder que o capital tem de determinar e estruturar em vários âmbitos. Lembra Ianni (1996, p. 47) que

o capital dissolve, recobre ou recria formas de vida e trabalho, de ser e pensar em âmbito local, regional e internacional. Simboliza uma espécie de revolução burguesa permanente, ainda que, desigual e contraditória, progressos e regressiva, democrática e autoritária.

É neste sentido que a autoajuda pode ser entendida como uma estratégia de controle, instituindo ou reinstituindo a humanização numa relação que é caracterizada pela exploração e dominação. A operacionalização desta que tenta impingir uma nova cultura de relacionamento entre empresários e trabalhadores se dá pela mediação dos gurus da autoajuda, considerados os ‘pedagogos’ do capital, já que visam ‘educar’ para a (con)formação. A auto-ajuda media, assim, uma ‘negociação’ sob uma fachada que consegue camuflar que o objetivo final é adentrar as esferas da subjetividade do trabalhador. E como é que isto se dá? Como a linguagem utilizada na autoajuda adentra os espaços laborais?

Autoajuda: a linguagem como mecanismo de controle

Na perspectiva de Fairclough (2001), as representações sociais podem ser pensadas a partir da teoria social do discurso que busca compreender como os indivíduos constroem e reconstróem as significações do uso da linguagem. O indivíduo também cria resistências e é por isso que o repertório linguístico precisa ser renovado para manter os percentuais de vendas e,

principalmente, a popularidade dos gurus que, por meio de chavões, acabam tendo seus nomes no círculo das personagens lembradas. Em todo o caso, é preciso prever e prevenir os “desajustes” próprios da não-adaptação ou não-identificação dos trabalhadores com as regras da empresa. Nessa direção, empresários e gurus produzem um discurso em que se propõem estabelecer uma relação entre o que se deseja e as esferas da subjetividade. Mas que interesses estariam norteando essa ‘vontade’ de empresários e gurus de adentrar em esferas consideradas até então intocáveis [a subjetividade]? Lembramos o questionamento feito por Foucault (1996, p. 8) quando pergunta o que há de “tão perigoso no fato das pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente?” E continua: “Onde, afinal, está o perigo?” Para responder a tal questionamento, pode se pensar na autoajuda como um discurso carregado de uma ideologia que pretende adentrar e controlar o espaço da subjetividade do trabalhador, cujo efeito mais visível transparece no interesse voltado ao bem-estar do trabalhador. Foucault lembra que a “produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos [ressalta-se livros e palestras] que têm por função conjurar seus poderes e perigos, (...) esquivar sua pesada e temível materialidade” (Id., ibid, p. 8).

A lógica de dominação das organizações se justifica em um discurso que busca fortalecer e dar credibilidade às palavras que são proferidas, carregadas de significações e que visam mobilizar ou desestimular ações dos indivíduos em caso de conflito. O discurso proferido muda de sentido “segundo posições sustentadas por aqueles que as empregam” (CARDOSO, 1999, p. 51). A adesão ideológica e psicológica do trabalhador assegura o controle da organização sobre os indivíduos, que se valem do discurso para moldar e direcionar o comportamento de seus trabalhadores. É isso que Huxley (apud MEURER, 1998, p. 10) destaca quando afirma que

(...) a antiga idéia de que as palavras possuem força mágica é falsa; mas isso falseia a distorção de uma verdade importante. Palavras possuem um efeito mágico - mas não da forma que os magos [gurus] imaginam e nem no propósito que eles estão tentando influenciar. Palavras são mágicas na maneira que elas afetam a mente daqueles que as usam. (...) esquecemos que as palavras têm o poder de moldar homens e mulheres, que canalizam seus sentimentos, direcionam suas vontades e atuações. Conduta e caráter são altamente determinados pela natureza das palavras que usamos freqüentemente para discutir sobre nós mesmos e o mundo que nos cerca.

Determinantes na conduta social de um indivíduo, as palavras também adquirem um *status* hegemônico, ou como lembra Fairclough (2001, p. 105), as palavras “são formas de hegemonia”, uma vez que carregam consigo traços ideológicos. Nessa perspectiva, as palavras exercem um poder de coerção, funcionando de forma atrativa quando utilizadas com o intuito de convencer o trabalhador por meio de um discurso estruturado em tons de verdade. Nesse sentido, Foucault (1996, p. 231) assinala que “vivemos numa sociedade que em grande parte marcha ‘ao compasso da verdade’ - ou seja, produz e faz circular discursos que funcionem como verdades, que passam por tal e que detêm por este motivo poderes específicos”. Em decorrência dessa proposição é que se estabelecem relações em que o indivíduo se vê diante de uma situação em que os laços de cooperação são esgarçados.

É interessante observar, contudo, que o exercício do poder na relação entre capital e trabalho é assegurado pelas ‘mudanças’ na forma de nominar as situações e elaborar os discursos. Recursos de linguagem, nesse aspecto, são bem-vindos, de modo que por meio deles é possível suavizar, minimizar ou até mesmo transpor uma situação para outra menos hostil, até que a mensagem ganhe a significação e seja apropriada pelo público de acordo com o desejo de seus enunciadorees. O uso que se faz da linguagem determina como um conceito ou uma expressão é assimilado e naturalizado, produzindo um sentido compatível com aquilo que se deseja exprimir, ainda que o seu significado não seja necessariamente o transmitido. A linguagem é, assim, o meio por excelência de transmissão das representações ideológicas. Essa transformação dos significados das expressões não se efetiva em termos linguísticos, mas no processo de materialização de um conjunto de ideias que se pretendem incutir nas relações de trabalho. Um exemplo ilustrativo dessa situação refere-se ao termo empregabilidade. Max Gehringer (2002, p. 116) aponta como o conceito de empregabilidade pode transitar de uma significação – negativa – à outra – positiva – com a mesma facilidade.

O conceito de empregabilidade é basicamente otimista (‘O que eu preciso continuar a fazer para continuar empregado’), enquanto a descartabilidade sai pela tangente do pessimismo responsável (‘Como me preparo para ficar desempregado’). E as duas evitam passar perto do pessimismo crônico (‘A vida é assim mesmo. A gente ganha pouco, mas se diverte’).

Nos discursos fica evidente um cuidado com o uso de palavras que possam vir a comprometer a mensagem a ser repassada. Isso ocorre porque a escolha das palavras ‘certas’ garante a venda dos textos que compõem a literatura de autoajuda. Um caso exemplar é o livro de Minarelli (1995), que apresenta dois títulos diferentes. É provável que em termos editoriais seja mais atrativo o título da capa *Empregabilidade: como ter trabalho e remuneração sempre* do que *Empregabilidade: o caminho das pedras*, expresso na ficha catalográfica. Este último remete a algo penoso, de muito empenho, de uma busca sem certeza de que o investimento dará resultado. A chamada da capa, no entanto, anuncia uma esperança, acena uma possibilidade e representa, em suma, uma promessa. Talvez isso explique o desencontro entre os títulos. Se um livro é uma mercadoria, então é preciso torná-lo atraente para que seja consumido. A sedução, nesse caso, se dá pela chamada do título que é a porta de entrada para a divulgação e venda de um produto. A diferença se traduz no fato de que o título da capa representa um aconselhamento, é atraente porque diz aquilo que os trabalhadores desempregados desejam ouvir, enquanto o título da ficha interna alude a uma situação de desesperança, de descrença no potencial humano.

Minarelli considera-se um *expert* em recolocação profissional e a partir de sua experiência apresenta-se para ‘ajudar’ trabalhadores a encontrarem um lugar ao sol. O autor, que se tornou consultor e administrador de carreiras por meio de palestras e publicações, reforça a importância da empregabilidade e do empreendedorismo. Seu discurso atenua conflitos, relações de poder e uma dura realidade: a de que não há emprego para todos. A pedagogia utilizada traduz-se em conselhos como: “risque a palavra desempregado do seu vocabulário. A partir de agora, você é um profissional disponível. Essa expressão designa com mais propriedade o seu *status* e o seu posicionamento positivo”. Ou ainda, “ser demitido não é o fim da sua carreira, mas sim, um evento biográfico. Um marco divisório na carreira. Um daqueles acontecimentos que nos ajudam a sair da acomodação [...]” (MINARELLI, 1995, p. 30). Solução simplista, mas adequada porque conduz a conformação dos trabalhadores aos preceitos das políticas neoliberais implementadas nas últimas décadas. E como afirma Fairclough (2001, p. 128):

À medida que uma tendência particular de mudança discursiva se estabelece e se torna solidificada em uma nova convenção emergente, o que é percebido pelos intérpretes [trabalhadores], num primeiro momento, como textos estilisticamente contraditórios perde seu efeito de ‘colcha de retalhos’, passando a ser

considerado como ‘inteiros’. Tal processo de naturalização é essencial para estabelecer novas hegemonias na esfera do discurso.

Na perspectiva desse autor, o discurso pode ser considerado uma prática social e, nesse sentido, sua obra contribui para refletir sobre o papel do discurso da autoajuda na manutenção da hegemonia capitalista.

Apontamentos finais

Esses são os contornos do discurso de autoajuda na atualidade. Um discurso que aumenta o poder do capital sobre a vida dos trabalhadores, que pretende o domínio sobre as necessidades humanas e sociais, que visa determinar, ainda, a forma de ser e agir do trabalhador solicitado para atender às demandas do mercado de trabalho.

O uso de recursos de linguagem por si só já não dá conta de homogeneizar um público tão diverso. A pobreza de linguagem comum na literatura de autoajuda parece ser superada pela força ideológica dos argumentos utilizados. O discurso da empregabilidade e do empreendedorismo, da forma como é endereçado, encontra respaldo no mote das políticas neoliberais da concorrência individual e no sonho do progresso pessoal atrelado ao progresso profissional tão presentes no imaginário social contemporâneo.

A produção do discurso de autoajuda como uma estratégia de poder, da forma como é endereçada aos trabalhadores, parece conseguir resultados significativos: ajuda a desmobilizar o trabalhador coletivo e reforça o trabalhador individual. Dessa forma, coloca-se em risco a perspectiva apontada por Marx e Engels sobre o momento em que os trabalhadores organizados tomariam em suas mãos o destino de suas vidas, retirando do capital o poder de manipulação e a coerção nas relações de trabalho. Daí a pergunta de Engels no prefácio da edição inglesa de *O Capital* de Marx (1968, p. 20): “O que fazer com os desempregados?” Enquanto se avoluma, cada ano, o número deles, não há ninguém para responder a essa pergunta”. Engels ficou na expectativa de ver o momento em que os trabalhadores – desempregados – “perderiam a paciência e encarregar-se-iam de decidir seu destino, com suas próprias forças”. Se, como assinala Engels, “não há ninguém para responder a essa pergunta”, então se poderia dizer que a resposta, nos dias de hoje, se encontra na astúcia do capital, que conseguiu antecipar-se à

Turmina, A. C. – Leitura de autoajuda um olhar sobre...

mobilização dos trabalhadores, pelo menos momentaneamente, submetendo-os a uma revolução nas formas de conceber o seu papel na organização da sociedade. Essa confusão de papéis foi sinalizada por Marcuse (1967, p. 16) quando afirmava que o “desenvolvimento capitalista alterou a estrutura e a função dessas duas classes [burguesia e proletariado] de tal modo que elas não mais parecem ser agentes de transformação histórica”.

Por fim, reitera-se a importância de se investir numa análise pessimista, com o objetivo de perceber as variantes que envolvem a problemática, mas concomitantemente ao pessimismo analítico, aflore o otimismo na ação, já que o ser humano que possui livre-arbítrio resiste, inova, ainda que às vezes ceda à tutela. De qualquer forma, a história não está encerrada. Apesar da constatação de que a literatura de autoajuda é prescritiva, restringindo o espaço de atuação do indivíduo, acredita-se naquilo que os arquitetos chamam de “caminhos do desejo” e que Garber (2003) destaca muito bem ao apontar que é na construção de pequenas trilhas, as quais não estão previstas e nem demarcadas, que novos caminhos podem ser delineados. A perspectiva que se levanta é que os desafios da produção da existência levam o trabalhador a submeter-se, mas também a aprender. É por isso que o capital renova seus mecanismos de controle. A capacidade de resistência não está esgotada. Muito foi suprimido dos trabalhadores, mas deles ainda não foi retirada a capacidade de surpreender. E muitos já estão compreendendo que o receituário contido nos manuais de autoajuda não contém a saída.

¹ Em artigo intitulado “O time em primeiro lugar” na *Folha S. Paulo* de 27 de abril de 2004, p. 10-13, Heloísa Helvécia destaca que o conceito de resiliência está em alta na gestão empresarial. É um conceito que foi deslocado da Física para o mundo dos negócios e que, neste contexto, significa a capacidade de os trabalhadores assumirem formas elásticas quando exigidos, sob tensão, em competição, estressados e, mesmo assim, no limite, mantêm a capacidade produtiva.

² Aponta-se aqui para uma perspectiva goetheana (Goethe) que discute a compra e a venda da alma apresentando Fausto como um herói insaciável e em conflito. Fazendo uma analogia com as relações de trabalho, pode-se dizer, por exemplo, que no taylorismo-fordismo o capital demandava o domínio sobre partes do corpo do trabalhador. Planejamento e execução, ou seja, cérebro e músculos não eram necessários em um mesmo trabalhador. Mais recentemente, com a flexibilização das relações de trabalho, demanda-se não somente o corpo e a mente do trabalhador, mas a sua ‘alma’, o controle e o domínio sobre os sentimentos em relação à ambiência do trabalho.

Referências

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

BITTENCOURT, Denise Martins. **Amway: do american way ao “liberalismo totalitário”**: o paradoxo de uma organização. Porto Alegre: UFRGS. 123 p. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1998.

BRAGA, Mônica Mitchell de Moraes. **Saga da Pequena Sereia**: os estudos culturais no Maravilhoso Mundo da Disney. Disponível em: <http://www.cefetgo.br/cienciashumanas/humanidades_foco/html>. Acesso em: 13 jan. 2005.

CARDOSO, Sílvia Helena B. **Discurso e Ensino**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

CAVALLERA, Renato. **Livros religiosos é o segmento que mais cresce no mercado editorial**. Disponível em: <<http://noticias.gospelmais.com.br>>. Acesso em: 05 out. 2009.

CHAGAS, Arnaldo. **A ilusão no discurso da auto-ajuda e o sintoma social**. 2. ed. Ijuí: UNIJUÍ, 2001.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Nunca fomos humanos**: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

GARBER, Marjorie. **Instintos acadêmicos**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2003.

GEHRINGER, Max. **Não aborde seu chefe no banheiro**: e outras histórias corporativas. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1992.

IANNI, Octávio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

MARCUSE, Herbert. **Ideologia da sociedade industrial**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política. 11. ed. São Paulo: Difel, 1968. Livro I, vol. I.

MEURER, José Luiz. **Aspects of language in self-help counselling**. Florianópolis: Pós-Graduação em Inglês, UFSC, 1998.

MINARELLI, José Augusto. **Empregabilidade**: o caminho das pedras. São Paulo: Gente, 1995.

MORGADO, Maria Aparecida. **Da sedução na relação pedagógica**: professor-aluno no embate com afetos inconscientes. São Paulo: Plexus, 1995.

PAGÈS, Max et al. **O poder das organizações**: a dominação das multinacionais sobre os indivíduos. São Paulo: Atlas, 1987.

SMILES, Samuel. **Ajuda-te (Self-Help)**. Rio de Janeiro: F. Briguiet & CIA, 1880.