

# A (CON)FORMAÇÃO DO TRABALHADOR DE NOVO TIPO: O “ENSINAR A SER” DO DISCURSO DE AUTOAJUDA

Eneida Oto **Shiroma** – UFSC

Adriana Cláudia **Turmina** – UFSC

## RESUMO

A pesquisa discute o caráter ideológico do discurso de autoajuda na formação de um trabalhador de novo tipo, explicando seu papel na construção da hegemonia. Estudaram-se os princípios constitutivos desse discurso voltados ao trabalho em três momentos distintos: gênese, no século XIX, primeira metade do século XX, e décadas finais do século XX e alvorecer do XXI. Procurou-se evidenciar que a (con)formação de um homem de novo tipo ocorre por fora, mas também por dentro da escola, analisando como as estratégias e princípios da autoajuda são reproduzidos nos Relatórios Faure e Delors, patrocinados pela UNESCO. Adotou-se o referencial teórico-metodológico de Gramsci e Fairclough para explicar a autoajuda como um discurso ideológico. Do estudo concluiu-se que: a) o discurso de autoajuda que difunde novos modos de ver, pensar e agir no trabalho também está presente nos relatórios da UNESCO; b) a autoajuda contribui para a consolidação de novos padrões necessários à sociabilidade burguesa em tempos de neoliberalismo; e c) o capital, ao longo de séculos, vale-se da autoajuda para realizar a (con)formação de um trabalhador de novo tipo.

**Palavras-chave:** Trabalho e educação. Autoajuda. Discurso. Hegemonia.

## Introdução

A autoajuda é muito mais do que um fenômeno editorial de vendas; constitui-se em uma ideologia que difunde e desperta o imaginário de construção de um homem realizado, de sucesso, possuidor de riqueza e poder. Reforça a idéia de progresso individual, ao mesmo tempo em que populariza e naturaliza a noção de mudança, adaptação, competição e mobilidade social como responsabilidades individuais. Tais concepções, disseminadas no senso comum, são introjetadas como verdades, contribuindo para a organização da cultura de uma época.

Aconselhamentos, orientações, regras de conduta e fragmentos biográficos que visam ensinar o indivíduo a ser um trabalhador de novo tipo utilizam a linguagem da “administração pelos fatos” (LIKER, 2005), uma linguagem pragmática que doutrina. Tal linguagem não é neutra, ao contrário, carrega uma determinada concepção de mundo (GRAMSCI, 1984, p. 11).

Este trabalho discute o papel da autoajuda para a construção da hegemonia analisando o caráter ideológico do discurso da autoajuda na formação de um trabalhador

de novo tipo. Para tanto, estudamos o discurso de autoajuda voltado ao trabalho em três momentos distintos: sua gênese, no século XIX, sob os impactos da revolução industrial; na primeira metade do século XX, com o fordismo, e nas décadas finais do século XX e alvorecer do XXI; identificamos os traços característicos do trabalhador demandado pelo capitalismo nesses períodos históricos e as estratégias de divulgação e construção de tais características por meio dos discursos de autoajuda. Procuramos evidenciar que este processo ocorreu por fora, mas também por dentro da escola, discutindo a incorporação dos princípios de autoajuda nos Relatórios de educação Faure e Delors patrocinados pela UNESCO e difundidos mundialmente para reformar a educação.

Visando analisar o fenômeno de rápida disseminação da autoajuda, resgatamos a noção gramsciana de ideologia, importante para se entender que sua finalidade é “modificar a opinião média de uma determinada sociedade (...) introduzindo ‘novos lugares-comuns’.” (GRAMSCI, 2004, p. 208). Recordamos aqui a afirmação de Marx sobre “‘a solidez das crenças populares’ que se expressam no senso comum, [sendo] aprofundada e atualizada a partir de novas condições históricas, na medida em que tais crenças podem ser transformadas em um novo senso comum, ou seja, no ‘bom senso’.” (SIMIONATTO, 2004, p. 81). A partir dos pressupostos de Marx de que uma “persuasão popular tem, na maioria dos casos, a mesma energia de uma força material”, Gramsci (1984, p. 63) reforça a idéia de bloco histórico, argumentando que

as forças materiais são o conteúdo e as ideologias são a forma – sendo que esta distinção entre forma e conteúdo é puramente didática, já que as forças materiais não seriam historicamente concebíveis sem forma e as ideologias seriam fantasias individuais sem as forças materiais.

Interpretando o conjunto de materiais analisados como prescrições que oferecem substrato para o exercício de ações de cunho eminentemente individualista, entende-se o discurso de autoajuda como um dos mecanismos que serve às demandas do capital na medida em que contribui para moldar o tipo de trabalhador necessário para atendê-las. Dissemina-se a ideia de que cabe ao indivíduo desenvolver ações para sua inserção e permanência no mercado de trabalho. Educa-se para o desenvolvimento de uma participação cívica, um dos valores da nova sociabilidade forjada pelo neoliberalismo.

Em cada um dos períodos analisados, esse discurso estabelece conexões entre os modos de pensar, sentir e agir para formar um trabalhador de novo tipo.

A adesão ou não de massas a uma ideologia constitui um exercício permanente de luta pela hegemonia de determinada classe social em que se busca instituir modos de pensar que correspondam às exigências de um período histórico. Nesse sentido, Rummert (2000, p. 37) destaca que

a disputa pela hegemonia passa, necessariamente, pela elaboração, articulação e difusão de discursos capazes de ordenar aspirações, sonhos, fantasias projetivas, valores já consolidados, necessidades materiais e simbólicas e projetos coletivos em que os indivíduos se percebam contemplados.

A elaboração de discursos, na acepção da autora, “em suas variações destinadas às diferenciadas frações de classe é fundamentalmente, pautada pelo projeto hegemônico, o qual desenha sua matriz, e incorpora, de forma desarticulada e re-significada, os elementos dos discursos opostos.” (RUMMERT, 2000, p. 37). Sendo assim, tem-se um permanente exercício da hegemonia, por meio “de uma multiplicidade de formas e mediações.” (RUMMERT, 2000, p. 26). Cumpre lembrar a observação gramsciana de que “a hegemonia [deve ser] entendida não apenas como direção política, mas também como direção moral, cultural e ideológica.” (GRUPPI, 1978, p. 11).

Ao analisar a hegemonia no padrão de acumulação fordista<sup>1</sup>, Gramsci (2004), em *Americanismo e fordismo*, sintetiza a expressão de uma racionalidade do trabalho na forma mais desenvolvida do capital. O trabalho industrial moderno converte-se no princípio educativo, no elemento integrador entre cultura e ciência. Portanto, o “americanismo” tem um caráter histórico,

representando o desenvolvimento de condições reais a uma nova civilização por exigir do homem um conhecimento de novo tipo, no qual a teoria e a prática se conformam numa unidade fazendo emergir uma possibilidade de um novo humanismo, de um novo tipo de relação entre teoria e prática, entre conhecimento e trabalho, mesmo que essas condições não tenham sido ainda exploradas. (SOUZA, 2002, p. 63).

---

<sup>1</sup> De acordo com Jesus (1998, p. 43), o “modo de produção de cada sistema social é muito importante para um processo educativo ser elaborado, assim como os fatores sociais, políticos e culturais também o são.”

É nesse sentido que o processo de conquista e manutenção da hegemonia pressupõe a difusão de uma determinada concepção de mundo (RUMMERT, 2000) que se dá por meio de mediações como a construção de discursos e de uma linguagem que orienta certos modos de ver a realidade e de agir sobre ela. Para efetivar tais modos de apreender a realidade e agir, produz-se “discursos explicativos sobre a realidade que, apesar de suas variações, designam, a partir de um padrão comum de referências, problemas, objetivos e valores de diferentes frações das classes dominadas.” (RUMMERT, 2000, p. 36).

Com essa perspectiva teórica, investigamos o caráter ideológico do discurso de autoajuda na formação de um trabalhador de novo tipo, tendo em vista explicar o papel desse discurso para tornar hegemônico um projeto de sociabilidade do capital.

### **Pressupostos teórico-metodológicos para análise dos discursos de autoajuda**

Para realizar a análise dos livros de autoajuda, recorreremos às contribuições de Fairclough (2001) que relacionam discurso com mudança social, com a construção de sistemas de conhecimento e crenças, permitindo discutir as ideologias embutidas nas práticas discursivas que, de tão repetidas, acabam se tornando parte de uma linguagem do senso comum. Segundo o autor, “as ideologias embutidas nas práticas discursivas são muito mais eficazes quando se tornam naturalizadas e atingem os *status* de ‘senso comum’.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117). “Embora seja verdade que as formas e o conteúdo dos textos trazem o carimbo (são traços) dos processos e das estruturas ideológicas, não é possível ‘ler’ a ideologia nos textos.” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 118).

A difusão de um modo de pensar homogêneo visado pelo discurso de autoajuda decorre em grande parte da repetição *ad nauseum* das palavras. Esse discurso incita o engajamento dos trabalhadores numa perspectiva tridimensional: como texto, como uma prática social e como prática discursiva. Para Fairclough, o discurso tem efeito por que mobiliza, conduz o indivíduo a algum tipo de ação. Sendo assim, analisa-se o discurso de autoajuda como aquele que difunde uma concepção de mundo e de homem e, também, modos de ação no mundo, pautada em um conjunto de valores “pretensamente” universais e indispensáveis à nova gestão do trabalho em tempos de neoliberalismo, de forma a construir um ideal de trabalhador.

As indicações metodológicas de Fairclough (2001) orientaram a análise de discurso das obras de autoajuda indicadas abaixo, selecionadas pela enorme repercussão que tiveram em diferentes momentos históricos.

| <b>Título</b>   | <b>Autor</b>           | <b>1ª. Edição</b> | <b>País</b> |
|---|------------------------|-------------------|-------------|
| <i>Self-Help</i>  | Samuel Smiles          | 1859              | Inglaterra  |
| O caráter   | Samuel Smiles          | 1871              | Inglaterra  |
| O dever: coragem, paciência e resignação                          | Samuel Smiles          | 1880              | Inglaterra  |
| Vida e trabalho   | Samuel Smiles          | 1887              | Inglaterra  |
| Como fazer amigos e influenciar pessoas                           | Dale Carnegie          | 1936              | EUA         |
| Como falar em público e influenciar pessoas no mundo dos negócios | Dale Carnegie          | 1981              | EUA         |
| Empregabilidade: como ter trabalho e remuneração sempre           | José Augusto Minarelli | 1995              | Brasil      |
| Quem mexeu no meu Queijo?   | Spencer Johnson        | 1998              | EUA         |
| Você: a alma do negócio   | Roberto Shinyashiki    | 2001              | Brasil      |

Quadro 1: Livros de autoajuda selecionados para análise.

Além destes livros, o corpus documental analisado abrangeu dois Relatórios da UNESCO: *Relatório da Comissão Internacional sobre o Desenvolvimento da Educação* (1972) coordenado por Edgar Faure e o *Relatório da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI* (1996), coordenado por Jacques Delors.

Constatou-se que princípios, valores, comportamentos, condutas e visões de mundo disseminados pela literatura de autoajuda, estavam presentes nas diretrizes e reformas educacionais contemporâneas. Tais evidências possibilitaram supor que os discursos da UNESCO que atribuíram prioridade ao “aprender a ser” funcionavam de forma semelhante e complementar aos de autoajuda, valendo-se das estratégias de persuasão para produzir uma nova sociabilidade demandada pelo capital. Com esta perspectiva, analisou-se os Relatórios Faure (1972) e Delors (1996) procurando demonstrar que esta estratégia da nova pedagogia da hegemonia se desenvolvia por fora, mas também, por dentro do sistema educacional.

### **“Ajuda-te e Deus te ajudará”. A autoajuda de Smiles**

A ampla popularização das ideias de Smiles, pai da autoajuda para trabalhadores, possibilita compreender o discurso de autoajuda do século XIX constituído e constituinte do ideário positivista que priorizava a ordem e o progresso, a

valorização do trabalho livre, perseverante, árduo, dedicado, concepção amplamente frisada por Smiles nas publicações analisadas.

Sua influência atingiu a intelectualidade brasileira no fim do século XIX e início do século XX, “no imperialismo liberal burguês inglês, ‘com o poder de universalizar os particularismos associados a uma tradição histórica singular’, isto é, transpor idéias de uma realidade de capitalismo industrial, para uma sociedade escravocrata agrária-exportadora.” (BASTOS, 2000, p. 132). Isso deve-se ao fato de as ideias aparecerem desistoricizadas, como resultado “da neutralização do contexto histórico que resulta da circulação internacional dos textos e do esquecimento correlato das condições de origem (...)” (BOURDIEU; WACQUANT, 1999, p. 32).

Smiles apostou no efeito dos excertos biográficos, nos exemplos edificantes, de sucesso, no princípio da evidência de “boas ações”, “boas práticas” que, uma vez generalizadas, legitimariam as perspectivas de autorrealização, possibilidade de projeção e ascensão social. Em vista disso, em sua estratégia discursiva, empecilhos e fracassos são desconsiderados. “A carreira é tão rápida que não tolera que nos detenhamos a informar-nos daqueles que caíram prostrados no caminho.” (SMILES, 1910, p. 78). Desse modo, o discurso de Smiles constitui-se num “discurso da prática” que, para ser aceito, associa-se a outras estratégias discursivas de forma a convencer e converter os leitores trabalhadores.

A propalação da autoajuda de Smiles dá-se também pela profusão massiva de provérbios ou máximas, outro mecanismo linguístico de difusão de ideias. “Ajuda-te e Deus te ajudará” é o provérbio basilar da autoajuda smilesiana. Pelas dezenas de provérbios recorrentes em seus livros, apreendemos as concepções de trabalho, de homem e sociedade/mundo disseminadas por Smiles.

Smiles concentrou seus esforços na perspectiva de uma instrução popular, escrevendo livros, participando de palestras e afirmando um caráter moralizante, a fim de fortalecer um ideal de autoajuda como um caminho para a reforma da sociedade externando valores morais e deveres voltados a uma ética do trabalho. Outro traço marcante na literatura de Smiles é o uso de **fábulas**, recurso metodológico utilizado para respaldar de modo operatório as prescrições do autor. A divulgação das premissas de Smiles “traduz um espírito de época, [em que] o trabalho se naturaliza, a partir do que se mostrava como um senso comum universal, preparando o espírito da elite ilustrada brasileira, para a ideologia do sucesso individual, como fruto da persistência, do esforço e do trabalho (...)” (BASTOS, 2000, p. 133).

## **“Como influenciar pessoas?” A autoajuda de Carnegie**

O discurso de autoajuda nas primeiras décadas do século XX foi produzido em meio a um contexto de crise, guerra e demandas de produção e foi associado ao consumo prudente e racional para corresponder às necessidades e expectativas das empresas. É um período com expressiva ascensão e projeção dos “homens de negócios”, público-alvo tanto dos escritos de Henry Ford quanto da literatura de autoajuda de Carnegie.

O discurso de autoajuda, naquele contexto, difundia a crença no potencial humano para articular uma ordem social democrática. Sendo assim, mais significativa do que qualquer aprendizagem era a solução habilidosa dos problemas, discurso este extremamente adequado à forma de organização de trabalho taylorista-fordista predominante. Enfatizava o saber-fazer e o aprender-fazendo, na formação prática do cidadão produtivo via administração do trabalho racionalizado.

A autoajuda do início do século XX respaldava não apenas visões normativas sobre o que deve e não se deve fazer, mas suas prescrições visavam direcionar esse fazer à eficácia e produtividade no trabalho. O trabalhador idealizado por essa literatura e almejado para o trabalho no século XX era produtivo, obediente, disciplinado, abstinente, monogâmico, adaptável, hábil e dócil. Em suma, um operário (con)formado.

O discurso de autoajuda destinava-se aos “homens de negócios” que promoveria uma mudança individual e desenvolveria neles a capacidade de influenciar e converter os trabalhadores a um determinado **modo de pensar**. Nesse sentido, Carnegie, um dos mais expressivos autores de autoajuda daquele período, aposta no **valor educativo dos exemplos**. Estes constituem uma estratégia eficaz de aprendizagem, educando para a ação, para a mudança de conduta, permitindo desenvolver a serenidade para aceitar as coisas que não se pode modificar. É interessante observar o caráter contraditório dos exemplos que ao mesmo tempo incitam à ação e produzem a conformação.

Visando influenciar e convencer tanto o público leitor quanto os participantes de cursos, Carnegie utiliza de maneira expressiva frases de efeito e verbos na forma imperativa elementos marcantes em seus livros que objetivam dar suporte para que o leitor se sinta forte, seguro, incline-se a exercer o seu poder de persuasão visando convencer, ou nas palavras do autor, “impressionar”.

A autoajuda de Carnegie aproxima-se de um discurso religioso, já que “o alívio e a paz se encontram na religião e na prece.” (CARNEGIE, 1994, p. 204). O autor usa parábolas bíblicas como a do *Bom Samaritano* e vale-se das técnicas de oratória. Mescla à religião o apelo ao poder do pensamento positivo: “use em seu trabalho as técnicas da linguagem positiva.” (CARNEGIE, 2006, p. 210). Segundo o autor, negócios, vida social e satisfações pessoais dependem, grandemente, da capacidade de comunicar-se, por isso dedica uma primeira parte de seu livro intitulado *Como fazer amigos e influenciar pessoas no negócio?* aos fundamentos da oratória positiva.

A autoajuda de Dale Carnegie populariza-se em momento de crise, apresentando-se como um discurso orientador de conduta, ensinando a arte de persuadir de forma a influenciar mudanças de pensamento e de comportamento.

### **“Seja seu próprio empresário”. A autoajuda de Minarelli**

Quase um século depois, a autoajuda de Minarelli prepara um terreno fértil para a proliferação de um determinado modo de pensar o desemprego, na virada para o século XXI, a partir de uma conotação eminentemente positiva, por isso, a ênfase na empregabilidade entendida como **capacidade individual de gerar trabalho e renda**. É um discurso que pretende ocultar as determinações econômicas, políticas e sociais que viabilizam as formas de exploração e dominação para a reprodução do capital. Essa simplificação da linguagem, do vocabulário relativo ao desemprego é particularmente revelada pelo **uso de eufemismos** alegando que ser um desempregado na atualidade significa, tão e simplesmente: estar disponível; ter o tempo a seu favor; ter a oportunidade de alinhar o trabalho com sua vocação; ter a possibilidade de solucionar problemas e estar à disposição do mercado; ser seu próprio empresário ou *promoter* (MINARELLI, 1995). Ademais, recomenda o autor, quando “o emprego sai de cena” o desempregado deve estar à disposição do mercado para ajudar o tomador de serviços.

Trata-se, assim, de um discurso criador e propagador de “verdades” que imputam ao indivíduo a responsabilidade pelas condições adversas do mercado de trabalho. Para a consolidação desse discurso, Minarelli utiliza estratégias como o **eufemismo, metáforas os exemplos, os modelos de sucesso**. Os exemplos, os excertos biográficos permitem ao autor condensar em seu relato os princípios que deseja demarcar; como assinalava Smiles (1893, p. 5), os exemplos “produzem bons efeitos”.



O discurso de autoajuda de Minarelli visa particularizar a situação do desemprego, estimulando o indivíduo a desenvolver sua empregabilidade como uma arma individual, desencorajando as formas coletivas de luta e reivindicação, buscando-se, assim, a reprodução da ordem estabelecida.

### **“Apenas os melhores atingirão suas metas”. A autoajuda de Shinyashiki**

O discurso de autoajuda de Shinyashiki, em sintonia com a sociabilidade necessária ao trabalho flexível, difunde ideias no “sentido de garantir a adaptação dos novos homens às instáveis condições sociais e profissionais que marcam o início desse milênio (...)” (FALLEIROS; PRONKO; OLIVEIRA, 2010, p. 93). O indivíduo é convidado a gerir riscos considerando que os “empregos mudaram de lugar” e “a estabilidade não existe mais” (SHINYASHIKI, 2001, p. 28).

As recomendações do autor, médico psiquiatra, difundem uma concepção de mundo **em mudança, de incertezas, hipercompetitivo, instável, cenário** que utiliza para afirmar que o indivíduo precisa assumir o controle da situação. Assim, reforça a ideologia dominante e a crença enganosa de que a solução de problemas está apenas no próprio indivíduo, desconsiderando as determinações econômicas, sociais, históricas e políticas que envolvem a produção da existência. O discurso de Shinyashiki culpa o leitor por sua condição social promovendo um corte com o social e com o outro, alegando que no indivíduo residem as respostas e as soluções, pois a responsabilização individual **transforma sonho e oportunidades em resultados**. (SHINYASHIKI, 2001).

O discurso desse autor também possui um “tom” religioso. A vida nos devolve o resultado de nossa competência como **prêmio, bênção**. Na mesma perspectiva de Smiles, enfatiza o valor educativo das dificuldades, da dor, do sofrimento, necessários ao crescimento profissional. Tarefas são **missões**. Nesse sentido, a exemplo de Minarelli, o **uso de eufemismos** também é uma constante nas recomendações apregoadas pelo autor. Os problemas, as derrotas ganham conotação positiva e são vistas como uma oportunidade de aprendizado.

O uso de **metáforas** é providencial ao discurso de Shinyashiki. Esta funciona como um elo de proximidade com o leitor. Em *Você: a alma do negócio*, o profissional é um atleta que decide se quer ser campeão ou perdedor. Um campeão não se acomoda, quer voar mais alto, adora a vitória, adora participar das finais dos campeonatos lidando

com toda a cobrança e pressão, é um guerreiro. Além disso, numa linguagem persuasiva, **frases e verbos no imperativo** são utilizados abundantemente visando induzir o pensamento positivo com estímulo à ação, uma vez que para o autor a “passividade mata”. Assim, autor ordena: **pare de esperar** que alguém lhe diga o que fazer; **assuma** que você é a alma do negócio; **pare de reclamar** do governo; **seja** a melhor solução; **venda** primeiro a sua imagem; **valorize** seus sentimentos, sua intuição. (SHINYASHIKI, 2001).

De outro modo, o discurso do autor também **opera por associações**: os **fracos** buscam seus direitos; os **bons** fazem seus deveres, e os **sensacionais** procuram mostrar que são imprescindíveis; os **sábios** conseguem compreender com os olhos do coração. Por meio dessa estratégia, Shinyashiki força o indivíduo a pensar sobre a posição que deseja assumir no mercado de trabalho. Diante do cardápio de opções, o leitor provavelmente não iria optar nem pelo fraco, nem pelo bom. Quem não quer ser “sensacional” ou “sábio”? Mas apenas os melhores atingirão suas metas. Quem se mantém como está, ficará para trás. (SHINYASHIKI, 2001).

O caráter dinâmico das recomendações da literatura de autoajuda de Shinyashiki também reside no **manejo de exemplos** que visam confirmar as assertivas do autor. É necessário ressaltar que os exemplos constituem uma estratégia pedagógica recorrente de que se valem os autores desse gênero literário.

Assim, o objetivo de Shinyashiki (2001, p. 24) é “fazer mudanças na maneira de pensar e de trabalhar” do indivíduo. Como diria Gramsci (2004, p. 207), “as modificações nos modos de pensar, nas crenças, nas opiniões, não ocorrem, mediante ‘explosões’ rápidas, simultâneas e generalizadas, mas sim, quase sempre, através de ‘combinações sucessivas’, de acordo com ‘fórmulas de autoridade’ variadíssimas e incontroláveis.”

### ***“Quem não mudar, morrerá!” A autoajuda de Johnson***

Sennett (2006, p. 168) afirma que, sob a égide da mudança, “as pessoas (...) precisam é de uma âncora mental e emocional; precisam de valores que as ajudem a entender se as mudanças no trabalho (...) valem a pena.” É nesse sentido que se pode apreender o discurso de Johnson. Um discurso que contribui para a promoção desses valores, que institui modos de viver e comportar-se no trabalho, reforçando as teses da **adaptação, adequação, aceitação e mudança**. Enfim, dissemina uma concepção de

mundo e trabalho cuja essência é a “adaptação à mudança”. Associada ao vocábulo da mudança Johnson utiliza a flexibilidade, palavra de ordem para o sucesso profissional do alvorecer do século XXI.

Nessa linha de pensamento, o autor apresenta suas concepções de mundo e trabalho contando a história dos ratos em busca de um novo queijo. Cria uma situação que remete à necessidade de uma revisão de valores como elementos para lidar como o inesperado, o que exige um **novo modo de pensar, sentir e agir** para enfrentar desafios, pensar sobre os erros, rever obstáculos que estão dentro de cada um. **A adaptação**, no discurso do autor, representa nada mais do que a recompensa à adesão ao novo modo de pensar, sentir e agir diante das mudanças. Johnson faz uso abundante de **frases de efeito** que são estrategicamente posicionadas no texto como síntese daquilo que deve ser apreendido da leitura. Reforçando a moral da história, frases de efeito são apresentadas dentro de um desenho de uma fatia de queijo. **O recurso visual** é um importante mecanismo utilizado para comunicar a idéia e buscar adesão aos preceitos da autoajuda.

A autoajuda de Johnson visa educar também pelo **uso de metáforas**. Cria-se uma perspectiva de interação entre a metáfora e o indivíduo nutrindo-o para ser capaz de realizar e resolver os seus problemas. Johnson faz um jogo de interessante em seu discurso. Acrescenta no diálogo do grupo de amigos, **exemplos práticos** de situações ocorridas no trabalho reforçando, assim, as leis da adaptação às mudanças criadas pelo autor. Mudar atitudes significa enxergar a mudança como importante, sobretudo mantendo o **senso de humor**, pois “quem não mudar, morrerá!” (JOHNSON, 2001).

Constatamos que além dos livros de autoajuda, muitas dessas ideias eram disseminadas pela mídia e haviam penetrado o discurso educacional. Analisamos, então, dois relatórios da UNESCO selecionados pela prioridade atribuída ao “aprender a ser”.

### **Unesco “ensina a ser”**

Os dois documentos da UNESCO analisados apresentam propostas para reformar a educação, prioridades e valores a partir de determinadas concepções de mundo, de trabalho e de educação presentes nos relatórios Faure (1972) e Delors (1996). A leitura de ambos possibilitou constatar a transformação de conceitos sofisticados em um manual prescritivo para a educação para o século XXI. Para a UNESCO, adquirir conhecimentos, não é suficiente para a atuação profissional, é

preciso transpô-los para a vida produtiva e social. Nessa perspectiva, à semelhança dos manuais de autoajuda que difundem ideias, propalam exaustivamente jeitos de ser no trabalho., os referidos Relatórios também se dedicam a “ensinar a ser” delineando traços, atributos necessários à formação do trabalhador ideal à reprodução do capital. A partir da análise de Falleiros (2005, p. 211), pode-se pensar que a “proposta educacional” dos Relatórios tem como intuito

conformar o ‘novo homem’ de acordo com os pressupostos técnicos, psicológicos, emocionais, morais e ético-políticos da flexibilização do trabalho e como um modelo de cidadania que não interfira nas relações burguesas fundamentais no contexto da ampliação da participação política.

O discurso configurado no Relatório Faure (1972) apresenta um diagnóstico de um mundo e de uma educação em crise e anuncia a necessidade da construção de uma nova concepção de mundo, de **preparo de um novo homem** para atuar num contexto de transformação produtiva. Desta forma, difundiu estratégias educacionais, conteúdos, habilidades e valores necessários ao modelo de sociabilidade capitalista da década de 1970, alegando que era preciso reformar, adequar os sistemas de ensino para a inserção do trabalhador no mundo do trabalho marcado por inovações tecnológicas. Enaltecendo a tecnologia, exigia um novo modo de conceber a educação, propôs uma revisão radical dos sistemas educativos e um esforço de solidariedade, da apropriação e assimilação da **ideia do novo**.

Esse modo de ver a educação prioriza o “aprender a ser”, alegando a urgência em se formar um **novo homem** focado no desenvolvimento de uma educação permanente. Encontra-se aí o germen do slogan “educação ao longo da vida”. A necessidade de (con)formação **desse homem de novo tipo** é destacada “um objetivo comum a todos os sistemas de educação”. A educação para formar este **homem** terá de **ser global e permanente**. Sem dúvida, está-se falando de uma educação de **novo tipo** capaz de imprimir forte caráter individualista e flexível, cuja reforma educacional poderia corrigir a fragilidade de certas formas de instrução, alargando as funções do **autodidatismo** e aumentando o valor das **atitudes ativas** e conscientes de aquisição de conhecimentos (FAURE, 1972). O conhecimento que, nessa perspectiva, está em constante evolução reforça a necessidade do “**aprender a ser**”, o que ajudaria cada indivíduo a alargar as suas faculdades pessoais, a “liberar sua força criadora”.

Os autores do Relatório arrebanharam muitos adeptos, alegando que essa força criadora está relacionada à vocação pessoal de cada um, caminho que favoreceria a mobilidade social e igualaria as oportunidades (...).

Também analisamos no Relatório Delors (1996) as recomendações para “aprender a ser”, soluções propostas, histórias contadas, metáforas apresentadas, palavras, conceitos e concepções enfatizados para direcionar a formação do indivíduo desejável para o século XXI. Seus elaboradores prescrevem uma educação que atenda a formação de **um trabalhador de novo tipo** eficiente, pró-ativo, flexível e funcional, solidário, que tolere e conviva com as diferenças espirituais e culturais. Diante disso, estimulam a iniciativa, o trabalho em equipe, as “sinergias realistas”, tendo em conta os recursos locais, o autoemprego e o espírito empreendedor. Afirmam que é preciso educar para a **superação de si mesmo**, para a responsabilização e a necessidade de participação de cada um, desenvolvimento de virtudes cívicas.

Reitera-se a importância de estimular o indivíduo “**a tomar nas mãos o seu próprio destino**” e da formação para tornar o indivíduo **capaz de evoluir, de se adaptar** a um mundo em rápida mudança e capaz de dominar essas transformações. Para responder às exigências desse mundo seria necessário desenvolver neste homem: espírito de iniciativa, criatividade, abertura à mudança, o sentido das responsabilidades, comportamento inovador, pró-ativo, espírito de adaptação, aptidão para se comunicar, flexibilidade, mantendo, além disso, cooperação ativa. O Relatório Delors busca a modernização de mentalidades, construção de uma cultura pessoal, autonomia individual, discernimento, gosto pelo trabalho em equipe torná-lo agente de mudança capaz de resolver problemas, negociar com paz e sem o uso de força. (DELORS, 1996).

Os Relatórios Faure e Delors, à semelhança da literatura de autoajuda, alimentam a ideologia da instrumentalidade, da adaptação e do consenso. De que forma? Difundindo exemplos edificantes, expressivos, modelos de sucesso, figuras notáveis que superaram as adversidades de forma a conquistar ascensão social e inserção no mercado de trabalho.

A literatura de autoajuda “ensina a ser” por fora da escola, mas os Relatórios da UNESCO trazem este discurso para dentro da escola, influenciando currículos, formação de professores, organização escolar e gestão educacional com discurso e ações que visam reformar a educação do século XXI atribuindo à escola a “tarefa de ensinar as futuras gerações a exercer uma cidadania ‘de qualidade nova’, a partir da qual o

espírito de competitividade seja desenvolvido em paralelo ao espírito da solidariedade, por intermédio do abandono da perspectiva de classe.” (FALLEIROS, 2005, p. 211).

Essa análise da atuação das Comissões da UNESCO possibilita interpretá-las como intelectuais orgânicos do capital visando conformar a força de trabalho não só em seus aspectos técnicos, mas fundamentalmente nos atitudinais, visando criar disposições internas, moldar subjetividades, ensinando a ser.

## **Conclusões**

Neste trabalho foram analisadas as concepções de mundo, trabalho e educação encontradas nos clássicos da autoajuda e presentes também, nos documentos da UNESCO para a educação, explicitando sua convergência aos preceitos e demandas capitalistas.

A autoajuda, desde o século XIX, vem consolidando-se com um veículo da ideologia, difundindo uma forma de interpretar a realidade adequada aos padrões de sociabilidade necessários ao capital. Desse modo, se a “eficácia das ideologias decorre da sua capacidade de interferir na vida concreta das classes, dos homens” (DIAS, 2006, p. 74), as formulações da autoajuda para as relações de trabalho têm servido, ao longo de séculos, para oferecer, à classe trabalhadora, a compreensão das questões sociais como problemas pessoais.

Constatou-se semelhanças entre o discurso difundido nos Relatórios da UNESCO e os de autoajuda. A noção de mudança de comportamentos, atitudes, formas de ver e agir no mundo constitui elemento central tanto na literatura de autoajuda, como nos Relatórios Faure e Delors. Esses relatórios que “ensinam a ser” são difundidos mundialmente para orientar as reformas atribuindo à educação a responsabilidade exclusiva pela situação social dos indivíduos. Os argumentos em favor da modificação de mentalidades, de comportamentos e de atitudes visam moldar para a empregabilidade, o empreendedorismo e conformação ao desemprego. Os princípios para “aprender a ser” esse novo trabalhador, segundo a ótica da autoajuda e da UNESCO, estão explicitados nos seguintes atributos: perseverança, coragem, criatividade, capacidade para inovar, flexibilidade, pensamento positivo, disciplina, caráter, paciência, economia entre outros.

Entendida como uma das estratégias da nova pedagogia da hegemonia (NEVES, 2005), a autoajuda produz efeito na medida em que faz chegar ao povo determinadas

concepções de mundo. Nesse sentido, é possível considerar os “charlatões ideológicos” (PETRAS, 2007) como organizadores e persuasores permanentes contribuindo para “manter ou para modificar uma concepção de mundo, isto é, para suscitar novas maneiras de pensar” (GRAMSCI, 2004, p. 53).

Procuramos evidenciar que apesar das mutações, o discurso de autoajuda caracteriza-se por um interesse permanente que atravessou os diferentes períodos estudados: a construção do consenso em torno da concepção de mundo burguesa. Diante de tantas mudanças, este se manteve na autoajuda desde o início do século XIX, contribuindo para a contenção da classe trabalhadora, oferecendo histórias personalizadas com vistas a ocultar as contradições e minar a consciência de classe.

De acordo com Gramsci (2004, p. 246), há duas perspectivas pelas quais se pode considerar os leitores: “(...) como elementos ideológicos, ‘transformáveis’ filosoficamente, capazes, dúcteis, maleáveis à transformação; (...) como elementos ‘econômicos’, capazes de adquirir as publicações e de fazê-las adquirir por outros”. Por outro lado, se há resistências e os indivíduos não são tão dúcteis assim, é preciso reconhecer que o capital apresenta-se mais organizado, mais orgânico, mobilizado, consistente (RUMMERT, 2000).

Os recordes de vendas da literatura de autoajuda e a rápida propagação do ideário da UNESCO permitem estimar a abrangência deste projeto que “ensina a ser” na perspectiva do capital e do desafio de desconstruí-lo rumo a outro projeto histórico, no qual a razão do ensinar e aprender seja a formação do ser social pleno e emancipado.

## Referências

- BASTOS, Maria H. C. Leituras da ilustração brasileira: Samuel Smiles (1812-1904). In: **Ícone**. v. 6, n. 1, jan./jun., 2000.
- BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Lóis. "Sobre as Artimanhas da Razão Imperialista". **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, p. 17- 32, 1999.
- CARNEGIE, DALE. **Como falar em público e influenciar pessoas no mundo dos negócios**. 45. ed. Record: Rio de Janeiro; São Paulo, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Como fazer amigos e influenciar pessoas**. 45. ed. São Paulo: Editora Nacional, 1994.
- DELORS, Jacques (Org.). **Educação: Um tesouro a descobrir**. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: MEC:UNESCO, 1996.
- DIAS, Edmundo Fernandes. **Política brasileira: embate de projetos hegemônicos**. São Paulo: Instituto José Luís e Rosa Sundermann, 2006.

- GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. Tradução: Carlos Nelson Coutinho. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. v. 2
- \_\_\_\_\_. **Concepção dialética da história**. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1984.
- GRUPPI, Luciano. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. 4. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1978.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FALLEIROS, Ialê. Parâmetros Curriculares Nacionais para a educação básica e a construção de uma nova cidadania. In: NEVES, Lúcia Maria W. (Org). **A nova pedagogia da hegemonia: estratégias do capital para educar o consenso**. São Paulo: Xamã, 2005.
- \_\_\_\_\_. PRONKO, Marcela A; OLIVEIRA, Maria T. de. Fundamentos históricos da formação/atuação dos intelectuais da nova pedagogia da hegemonia. In: NEVES, Lúcia Maria W. (Org.). **A nova pedagogia da hegemonia: estratégias do capital para educar o consenso**. São Paulo: Xamã, 2005.
- FAURE, Edgar et al. **Aprender a ser - La educación del futuro**. Madrid: Ed. Cast. Alianza Editorial, 1972.
- JESUS, Antônio T. de. **O pensamento e a prática escolar em Gramsci**. Campinas, SP: Autores Associados, 1998.
- JOHNSON, Spencer. **Quem mexeu no meu queijo?** 16. ed. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2001.
- LIKER, Jeffrey. **O modelo Toyota: 14 princípios de gestão do maior fabricante do mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- MINARELLI, José A. **Empregabilidade: o caminho das pedras**. São Paulo: Gente, 1995.
- PETRAS, James. **Imperialismo e luta de classes no mundo contemporâneo**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007.
- RUMMERT, Sonia M. **Educação e identidade dos trabalhadores: as concepções do capital e do trabalho**. São Paulo: Xamã; Niterói: Intertexto, 2000.
- SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2006.
- SIMIONATTO, Ivete. **Gramsci: sua teoria, incidência no Brasil, influência no Serviço Social**. 3. ed. Florianópolis: Ed. da UFSC; São Paulo: Cortez, 2004.
- SMILES, Samuel. **Ajuda-te (Self-Help)**. Rio de Janeiro: F. Briguiet & CIA, 1893.
- \_\_\_\_\_. **O caráter**. São Paulo: Papelivros, s.d.
- \_\_\_\_\_. **O dever: coragem, paciência e resignação**. Rio de Janeiro: Garnier, 1910.
- \_\_\_\_\_. **Vida e trabalho**. Rio de Janeiro: Garnier, 1901.
- SOUZA, José dos Santos. **Trabalho, educação e sindicalismo no Brasil: anos 90**. Campinas, SP: Autores Associados, 2002.