

CONSUMO DA UTOPIA EMPREENDEDORA: A AUTOAJUDA COMO INSPIRAÇÃO NO ÂMBITO DA SOCIEDADE NEOLIBERAL¹

Vander CASAQUI²
PPGCOM ESPM, São Paulo, SP

RESUMO EXPANDIDO

Este trabalho é um desdobramento da pesquisa iniciada em 2015, sobre a cultura da inspiração no contexto da sociedade empreendedora, que desenvolvemos atualmente no PPGCOM ESPM. Nessa apresentação, seguimos os passos da pesquisadora Eva Illouz, cuja obra *El consumo de la utopía romántica* (2009) discute como o amor romântico se relaciona com o capitalismo - considerado como cultura, como economia e como organização social. Sua discussão sobre o amor como empreendimento passa pelo consumo da autoajuda, tema que a autora desenvolve nesse trabalho e, principalmente, no livro *O amor nos tempos do capitalismo* (2011). Sua noção de capitalismo afetivo se baseia nos paradoxos resultantes da intersecção entre paixão e racionalidade que norteia o sistema capitalista, cuja dimensão comunicacional tem na autoajuda uma de suas expressões mais bem acabadas. As referências de Illouz, bem como de Rüdiger (1996) e Marín-Díaz (2015), entre outras, servem-nos como base para a discussão sobre a noção de *autoajuda empreendedora*, que defendemos à luz do estudo da inspiração no cenário do empreendedorismo contemporâneo.

Em uma perspectiva foucaultiana, a autoajuda é compreendida como uma forma de biopoder, em que os sujeitos são convocados a transformar a si mesmos, a incorporar modelos de conduta, aplicando as técnicas de si, as prescrições dos especialistas. Entre esses especialistas, destacamos na atualidade aqueles que assumem a voz em torno do empreendedorismo e, simultaneamente, constroem normas de conduta, em chave motivacional. Essas técnicas, associadas ao “espírito” empreendedor, ressignificam o mundo do trabalho e positivam o processo de governo e de responsabilização dos indivíduos, no momento em que a flexibilização da atividade laboral promove um acirramento da corrosão

¹ Trabalho apresentado no VIII Pró-Pesq PP – Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. De 24 a 26/05/2017. CAC/UFPE.

² Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM, email: vcasaqui@yahoo.com.br

do caráter, como discute Sennett (2007). O pano de fundo do capitalismo flexível analisado pelo autor é o ambiente de batalhas pessoais para compor as narrativas de si, que são desafiadas pelos vínculos efêmeros, pela cidade por projetos (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), pelos obstáculos para se atribuir sentido à própria vida. Diante do que podemos chamar de “crise narrativa” do mundo do trabalho, a autoajuda se atualiza e ganha espaço como ancoragem das subjetividades à deriva, propondo-se, voluntária ou involuntariamente, como metalinguagem sobre a relação entre empreendedorismo, ser social e a utopia forjada como projeto de sociedade, ou seja, a sociedade empreendedora.

Em síntese, uma vez que os indivíduos são convocados a se auto empreenderem, a gestão dos afetos é fundamental como competência profissional, em um mercado competitivo e precarizado. A inspiração emerge como cultura, em que as práticas narrativas que exaltam o empreendedorismo como atribuição de sentido à existência, como jornada heroica, como autonomia, como autodescoberta e como auto transcendência, ganham espaço e constituem um mercado de ideias. Esse mercado se desdobra em consumos da chamada literatura de autoajuda – difundida por meio de blogs, palestras motivacionais, livros e demais produtos, unificados pelas características discursivas que instauram os indivíduos/consumidores em um contrato comunicacional que impulsiona à ação, à transformação de si, à descoberta de seu “empreendedor interior”, entre outras noções e ideias associadas a um circuito de afetos. Os afetos racionalizados dos empreendedores, os trabalhadores projetados pela utopia da sociedade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.

ILLOUZ, E. **El consumo de la utopía romántica: el amor y las contradicciones culturales del capitalismo**. Espanha: Katz, 2009.

_____. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.



24 A 26
DE MAIO

ENCONTRO NACIONAL DE
PESQUISADORES EM
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

EDIÇÃO RECIFE | CAC - UFPE

MARÍN-DÍAZ, D.L. **Autoajuda, educação e práticas de si:** genealogia de uma antropotécnica. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

RÜDIGER, F. **Literatura de autoajuda e individualismo.** Porto Alegre: UFRGS, 1996.

SENNETT, R. **A corrosão do caráter:** consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2007.