



**Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação**

Camila Magalhães Lamha

**Cinema biopolítico: a construção do *self* na indústria filmica de
autoajuda dos anos 2000**

Rio de Janeiro
2015

**Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Comunicação**

**Cinema biopolítico: a construção do *self* na indústria fílmica de
autoajuda dos anos 2000**

CAMILA MAGALHÃES LAMHA

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, na linha de Tecnologias e Estéticas da Comunicação, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof^ª. Dr.^a Ieda Tucherman
Coorientadora: Prof^ª. Dr.^a Cecília Cavalcanti

Rio de Janeiro
2015

Cinema biopolítico: a construção do *self* na indústria fílmica de autoajuda dos anos 2000

Camila Magalhães Lamha

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, na linha de Tecnologias e Estéticas da Comunicação, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Rio de Janeiro, 13 de março de 2015

Banca Examinadora

Prof.^a Dr.^a Ieda Tucherman - Orientadora
Doutora em Comunicação, ECO-UFRJ

Prof. Dr. Paulo Vaz
Doutor em Comunicação, ECO-UFRJ

Prof. Dr. Eduardo Leal Cunha
Doutor em Saúde Coletiva, Instituto de Medicina Social - UERJ

Rio de Janeiro
2015

Lamha, Camila Magalhães

Cinema biopolítico: a construção do *self* na indústria fílmica de autoajuda nos anos 2000/
Camila Magalhães Lamha. Rio de Janeiro: UFRJ / Escola de Comunicação, 2015.
134 f.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Ieda Tucherman

Coorientadora: Prof^ª. Dr^ª. Cecília Cavalcanti

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2014.

1. Cinema. 2. Autoajuda. 3. Capitalismo. 4. Subjetividade. 5. Biopoder. I. TUCHERMAN, Ieda. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. III. Escola de Comunicação. IV. Título.

Para meus pais e irmão.
Minhas doses recomendadas de uso contínuo de amor.

Agradecimentos

À minha professora e orientadora Ieda Tucherman pela ALTAajuda generosa que não se encontra em nenhum livro de aconselhamento

À Cecília Cavalcanti pelas injeções de incentivo e apoio

Aos meus colegas de “Imaginário Tecnológico”, Diego, Leandro, Duda, Clara, Pedro e Nayara, pelas conversas mais tranquilizantes do que chá de camomila

Ao Erick (meu Dois) pela overdose de carinho e aventura, com prazo de validade para toda a vida

À Ana, Bianca e Juliana, meus ansiolíticos tarja arco-íris

À Débora, Camila e Marcella, meu kit farmacinha indispensável do dia a dia

“Todos que nascem têm dupla cidadania, no reino dos sãos e no reino dos doentes”
– Susan Sontag, “Doença como metáfora”

“Diga a verdade, diga a verdade, diga a verdade”
– epígrafe do livro “Comer, rezar, amar”, atribuída à Sheryl Louise Moller

“Que a força esteja com você”
– Mestre Yoda, “Guerra nas estrelas”

RESUMO

LAMHA, Camila Magalhães. **Cinema biopolítico: a construção do *self* na indústria fílmica de autoajuda dos anos 2000**. Rio de Janeiro, 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

À luz do conceito de biopolítica de Michel Foucault, ampliado no contemporâneo por seus interlocutores, esta dissertação analisa o dispositivo da autoajuda como um fenômeno cultural de colonização do corpo e do imaginário, que articula-se à atualidade do capitalismo, onde a tarefa do indivíduo é ser um empreendedor de si mesmo. Para além da fabricação lucrativa de *best-sellers* no mercado editorial, a autoajuda hoje reverbera em comportamentos sociais e produtos midiáticos, como o cinema comercial. Nosso campo de observação compreende os filmes “Coach Carter - Treino para a vida” (2005), “À procura da felicidade” (2006), “Um sonho possível” (2009), “Comer, rezar, amar” (2010) e “Nosso Lar” (2010), cujas narrativas estão vinculadas a relatos de superação com caráter biográfico. É proposta deste trabalho investigar, principalmente, como essas fitas, lançadas na primeira década do novo século, são sintomáticas de um imperativo contemporâneo de práticas de gestão de si e autorrealização, que modulam nossas agendas de subjetivação.

Palavras-chave: cinema; autoajuda; capitalismo; subjetividade; biopoder

ABSTRACT

LAMHA, Camila Magalhães. **Biopolitical cinema: the construction of the self in the self-help film industry of the 2000s.** Rio de Janeiro, 2015. Dissertation (Master's Degree in Communications and Culture) – Communication College, Federal University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

In the light of the concept of biopolitics of Michel Foucault, expanded nowadays by his interlocutors, this dissertation analyzes the self-help device as a cultural phenomenon of colonization of the body and imaginary, linked with current capitalism, where the individual task is being an entrepreneur of himself. In addition to the profitable production of best-sellers in publishing market, self-help these days reverberates in social behavior and media products, such as commercial movies. Our observation field includes the films "Coach Carter" (2005), "The Pursuit of Happyness" (2006) , "The Blind Side" (2009), "Eat pray love "(2010) and "Astral City: a spiritual journey" (2010), whose narratives are linked to overcoming reports with biographical purposes. It is a goal of this study to mainly investigate how these pictures, released in the first decade of the new century, are symptomatic of a contemporary imperative of self-management and self-realization practices that modulate our schedules of subjectivity.

Keywords: cinema; self-help; capitalism; subjectivity; biopower

Introdução	11
1. O fenômeno da autoajuda para além da literatura de aconselhamento	
1.1 O segredo por trás do Segredo: o que é a autoajuda?	17
1.1.1 A indústria do aconselhamento como atualidade biopolítica	20
1.2 Do livro inaugural ao dispositivo midiático de bem-estar	26
1.2.1 O papel do credo psicológico na formação do “eu-afetivo	30
1.3 Sobre a era da prudência biológica	33
1.4 A constituição da subjetividade autoempreendedora contemporânea	38
1.5 A influência dos novos poderes pastorais na formação do <i>self</i>	44
1.6 A busca do capital-juventude nas práticas de bio-ascese	49
2. O cinema biopolítico como representação social	
2.1 Das prateleiras de autoajuda às salas de cinema	56
2.1.1 A narratividade popular dos meios de comunicação de massa	57
2.2 Baseado em fatos reais: as narrativas do eu e a lógica do testemunho	61
2.3 A definição de protagonismo segundo os manuais de roteiro	66
2.3.1 “À procura da felicidade”: a apoteose do sonho americano	71
2.3.2 “Comer, rezar, amar”: seja heroína da sua própria vida	74
2.4 Liderança e retórica de adesão do personagem <i>coach</i> em “Um sonho possível”	80
2.5 Cinema transcendental: um fenômeno brasileiro chamado “Nosso Lar”	85
2.6 Entre os muros da escola: do mestre Thackeray ao coach Carter	93
3. Dos vínculos às conexões: a identidade contemporânea no cinema de autoajuda	
3.1 Notas sobre o capitalismo afetivo-conexionista	101
3.2 A <i>mise en scène</i> do protagonista sem vínculos	104
3.3 O <i>marketing</i> do Cupido e as lamúrias do coração	109
3.4 Um elogio ao amor: risco, acaso e resistência	116
3.5 Do estômago em Nietzsche à geração omeprazol	120
Considerações finais	123
Referências bibliográficas	129
Referências audiovisuais	133

INTRODUÇÃO

O dicionário Oxford definiu *selfie* como a palavra do idioma inglês de 2013, ano em que começamos a pesquisa para esta dissertação. Junção do substantivo *self* ("eu" ou "a própria pessoa") com o sufixo "ie", *selfie* é um tipo de autorretrato fotográfico normalmente tirado com uma câmera de celular, digital ou webcam, que evoluiu como expressão do nicho das mídias sociais para ser usada de modo corriqueiro por pessoas de todo o mundo. Os responsáveis pelo Oxford, glossário criado no século XIX, comunicaram a inclusão do novo verbete haja vista o crescimento em 17.000% das citações a *selfie* naquele ano. Não à toa, a imagem mais retuitada da história da internet foi a famosa *selfie* de grupo comandada pela apresentadora Ellen DeGeneres, na cerimônia do Oscar de 2014, que teve mais de 2,7 milhões de compartilhamentos, chegando a colapsar o Twitter por alguns minutos. Já a *selfie* da sorridente chefe do governo dinamarquês Helle Thorning-Schmidt com o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, e o primeiro-ministro do Reino Unido, David Cameron, durante a cerimônia de funeral de Nelson Mandela, foi considerada inapropriada.

Gradativamente, as *hashtags* #*me* e #*eu* pipocam no concurso de popularidade da rede social de compartilhamento de foto e vídeo Instagram. E não para por aí. Tem #*selfiesemmake*, #*selfiesemfiltro* #*aftersexselfie* e até #*belfie* (o polêmico *selfie* do bumbum, *butt* em inglês). Agregado a essa seara comercial, o pau de *selfie* – infeliz tradução para o português de *selfie stick*, acessório tecnológico utilizado para ampliar o enquadramento do autorretrato – virou recentemente febre entre os usuários de *smartphones*, sendo escolhido pela revista Time como uma das grandes invenções de 2014, ainda que seja um *gadget* polêmico ao escancarar, de modo nada sutil, o momento da cena exibicionista do autoclique. O tal apetrecho ganhou rapidamente apelidos como "narcisstick", algo como "bastão narcísico" – sorria, você está sendo fotografado por você mesmo. Edita e posta. Bastam dez curtidas para ganhar um coração. Mas o reinado do pau de *selfie* pode estar com os dias contados. O mercado aguarda ansiosamente pela comercialização em larga escala do drone de *selfie*, uma câmera que voa sozinha e ainda pousa no pulso do dono.

Pois bem, o *self* está na boca do povo e também no título deste trabalho, que discute o fenômeno da autoajuda (*self-help* em inglês) como uma das formas de racionalidade da ordem neoliberal que orienta uma diretriz pela hipervalorização do

individual – “Você é insubstituível”, sanciona o título do *best-seller* do psiquiatra Augusto Cury –, ainda que produza esmagamento das subjetividades e esterilização das diferenças por meio de fórmulas simplistas. Sua condição mais evidente é o volume de campeões de venda que vem frutificando no mercado editorial com um leque de assuntos variados. Sua penetração cultural, contudo, não se limita aos carrinhos de compra das livrarias, *megastores* e sites de comércio eletrônico. Internalizada em nossos vocabulários e experiências, a indústria da autoajuda hoje contagia comportamentos sociais e se irradia a outros produtos midiáticos, como o jornalismo e o cinema comercial, esse último nosso objeto de estudo.

Sendo assim, neste trabalho, procuramos investigar uma produção filmica de autoajuda em expansão, através de uma seleção de cinco filmes lançados na primeira década do século XXI, que acreditamos fazer parte de um cinema de inflexões biopolíticas contemporâneo e lucrativo. São longas-metragens de ficção influenciados pelo dispositivo¹ da autoajuda e inseridos no fluxo recente de adaptações advindas das prateleiras do filão literário motivacional. Entretanto, a escolha metodológica do *corpus* empírico da pesquisa apura fitas adaptadas de obras baseadas em fatos reais, entre elas relatos autobiográficos (“À procura da felicidade” e “Comer, rezar, amar”), romanceadas (“Um sonho possível”) e até psicografadas (“Nosso Lar”). O último filme analisado (“Coach Carter - Treino para a vida”), faz o caminho inverso, surgindo primeiro na sua versão cinematográfica para depois motivar dois livros autorreferentes.

Tendo em vista que esta dissertação se apropria dessas fitas como sintoma do modo contemporâneo de produção de subjetividade, uma das hipóteses mais elementares levantadas nesta pesquisa é de que vem havendo, a partir dos anos 2000, um crescente interesse por parte da indústria americana de cinema – a maior economia cinematográfica do mundo, tanto no mercado interno quanto no volume de exportações –, com ressonâncias em outros países como o Brasil, por adaptações relacionadas ao gênero da literatura de aconselhamento, sobretudo a seção de “biografias e memórias”, bem como uma hibridização entre a ficção tradicional e a não-ficção, “novo gênero ambíguo e

¹ Compreendemos o conceito de dispositivo, a partir de Michel Foucault, como qualquer objeto ou processo que tenha capacidade de modelar, controlar e direcionar as condutas dos indivíduos a partir de uma rede de elementos heterogêneos, como por exemplo os aparatos técnicos, os procedimentos jurídicos, a sexualidade e a escrita.

triunfante” (SIBILIA, 2008, p. 202). Além disso, os principais manuais de roteiro utilizados pelo mercado audiovisual sistematizam, desde a década de 1980, o herói eficiente como aquele que mais age no *script*-modelo, superando dificuldades e atingindo objetivos.

Através de uma metodologia de análise das estruturas narrativas cinematográficas, ponderando a dialética da obra como fato estético e a sociedade como contexto explicativo, pretendemos explorar o cinema – aqui entendido enquanto obra audiovisual que compreende uma série de elementos formais de linguagem e sincretiza diferentes conteúdos temáticos e simbólicos – em todo o seu poder de propagação e consolidação de ideias a partir das representações que traça no interior de seus discursos. É também proposta deste trabalho elucidar a produção de sentido social desses longas-metragens, os quais certamente podemos identificar componentes da nossa cultura. De que forma o receituário contemporâneo de práticas de gestão de si e de autorrealização está encarnado nessas fitas?

Primeiramente, contudo, construiremos nosso campo teórico, examinando o referencial bibliográfico sobre o fenômeno da autoajuda, a partir de elucidações de pesquisadores como Eva Illouz, Ieda Tucherman e Francisco Rüdiger. Também recorreremos aos escritos de Michel Foucault a respeito do biopoder e de seus interlocutores no contemporâneo, como Alain Ehrenberg, Francisco Ortega, Gilles Lipovestky, Maria Cristina Franco Ferraz, Nikolas Rose, Paul Rabinow, Paula Sibilía e Paulo Vaz, que suscitam a composição de novos questionamentos acerca do biológico, do somático e do capital humano em arenas de investigação requalificadas.

Desse modo, no primeiro capítulo, definiremos as principais características da literatura de autoajuda e complexificaremos a disseminação recente desse gênero editorial de massa para além de uma rede de produtos e serviços vinculados a ele – que inclui palestras, DVDs motivacionais, workshops, serviços de *coaching* pessoal e empresarial e terapias. Nossa intenção é apreender a cultura da autoajuda como um fenômeno social incorporado em nossos repositórios culturais e congregado à atualidade do capitalismo, que determina por meio do controle distribuído que a missão do indivíduo é ser um empreendedor de si mesmo, cujo “eu” autêntico é inseparável do trabalho sobre o corpo (ORTEGA, 2003). Configura-se hoje um processo que Zygmunt Bauman (1998) denomina de “surto do aconselhamento”: nunca com tamanha frequência

peessoas discursaram com o propósito de aconselhar, e nunca outras em tal grau escutaram em busca justamente de conselhos (que valem ouro, aliás).

Em seguida, no segundo capítulo, o cinema será refletido em três sentidos: enquanto espetáculo, característico da cultura de massa do século XX, enquanto discurso, rico em análises simbólicas, e enquanto linguagem audiovisual, constituído por elementos técnicos e estéticos. Nesta direção, serão essenciais os apontamentos de teóricos como Edgar Morin, Graeme Turner, Jacques Aumont, Umberto Eco e Vera Forlain, bem como dos baluartes dos manuais de roteiro cinematográfico americanos Christopher Vogler e Syd Field. Exploraremos, nesta parte, as narrativas das fitas escolhidas para esta pesquisa como projetos filmicos motivacionais criados a partir de histórias de pessoas comuns que se transformaram em ícones em razão do autoinvestimento que empregaram em benefício do desenvolvimento pessoal. Essa opção temática, cada vez mais recorrente, da indústria do entretenimento é nutrida pelo entusiasmo crescente pelo consumo da vida real e pela exibição da intimidade.

As produções “À procura da felicidade” e “Comer, rezar, amar” ostentam protagonistas que se colocam metas, fazendo uso de seus recursos interiores (e somente deles) em jornadas do “eu primeiro” rumo ao oásis do desconhecido dentro do próprio sistema. Desse modo, analisaremos “À procura da felicidade” como a ascensão e a glória do *self-made-man* americano, cuja busca pela felicidade, assegurada como direito na Declaração de Independência redigida por Thomas Jefferson, é coroada pelo sucesso do empreendedorismo financeiro. Examinaremos também um ritual de práticas de autoconhecimento propagandeado por “Comer, rezar, amar”, escrito originalmente no formato de 108 capítulos (que replicam a estrutura do colar para rezas hindu “japa mala”) e adaptado para as telas colocando em destaque os trechos que seriam de maior receptividade junto ao público feminino, quem consome mais literatura de aconselhamento.

Por sua vez, nos dramas esportivos “Um sonho possível” e “Coach Carter”, o personagem do *coach* (ou mentor na alegoria do guia “A jornada do escritor”, de Vogler) desempenha um papel fundamental nas narrativas, balizando os comportamentos de seus assessoreados através de uma orientação voltada para os resultados. Como veremos mais adiante, o fenômeno do *coaching*, cada vez mais incrustado em nossas práticas do cotidiano, possui heranças pastorais e terapêuticas e, em sua essência, serve para auxiliar

o indivíduo, através de técnicas de *assessment* (termo usado no ambiente corporativo que indica avaliação), a solucionar problemas e a converter o que aprende em frutos positivos para si e para a equipe da qual participa. As lições de futebol americano da guardiã-legal Leigh Anne, papel que rendeu o Oscar de Melhor Atriz a Sandra Bullock em “Um sonho possível”, infantilizam o inocente grandalhão Big Mike em benefício de sua melhor performance dentro da equipe. Já Ken Carter, vivido por Samuel L. Jackson em “Coach Carter”, exige que seus jogadores de basquete assinem um contrato que inclui condições como comportamento respeitoso, boas notas em todas as disciplinas obrigatórias e o uso de terno e gravata em dias de jogo.

Com a adaptação do maior clássico da literatura espírita e único integrante da cinematografia brasileira do conjunto, “Nosso Lar”, capturaremos como, requalificado no contemporâneo através de novas abordagens da fé, o tema do cultivo da espiritualidade (a “ajuda do alto”, como alguns fiéis convocam em jogo de palavras com a autoajuda) parece se corresponder com o êxito comercial das narrativas de aconselhamento, por conta do acercamento da lógica do bem-estar autoproporcionado (TUCHERMAN & DE PAULA SANTOS, 2014). Um dos filmes mais custosos da história do país, o *blockbuster* sobre a doutrina kardecista que levou mais de 4 milhões de pessoas aos cinemas – e teve a terceira maior abertura em público desde a retomada, atrás apenas de “Chico Xavier” e “Se Eu Fosse Você 2” – é um bem-sucedido exemplar da onda recente de fitas sobre o espiritismo, alcinhada pelo produtor audiovisual Girão de “cinema transcendental”.

Por fim, no terceiro e último capítulo, exploraremos as idiosincrasias de nossos protagonistas como indicativas da identidade contemporânea, contextualizada pelo declínio da legitimidade das antigas instituições de assistência e pela profusa vulnerabilidade dos desejos. Pensadores da atualidade como Alain Badiou, Bauman, Ève Chiapello, José Gil e Luc Boltanski serão evocados com o intuito de avaliarmos os efeitos do apagamento dos limites entre vida profissional (o estratégico) e vida privada (o afetivo) na formação das relações íntimas – hoje suplantadas pela “cultura da rede”, expressão cada vez mais empregada como sinônimo de sociedade. Penetrada pelos repertórios do mercado e abundantemente discutida nos consultórios sentimentais², a

² Referência à coluna “Consultório sentimental” da psicanalista Betty Milan na revista Veja, que,

experiência amorosa ainda parece ser uma das potências necessárias de redefinição de valores, à medida que redescobrir o amor enquanto abertura à diferença e confiança ao acaso é uma tarefa urgente de homens e mulheres contemporâneos (BADIOU, 2013).

De uma parte, existem aqueles que adoram e declaram ter alcançado mudanças concretas graças aos livros e palestras motivacionais. De outra, há quem torça o nariz e critique o conteúdo utilitário desse tipo de obra. A verdade é que vende. Motivo de celeuma sem-fim nas rodas de conversa, o fenômeno da autoajuda – em sua concepção mais ampla – é decerto um dos temas que merece maior atenção dos pesquisadores de comunicação. Pois, afinal, quem nunca procurou alento no genitor do texto-mensagem favorito das misses “O Pequeno Príncipe”, despendeu alguns “Minutos de sabedoria”³ em mesas de bar ou se entusiasmou com frases de biscoito da sorte do restaurante chinês?

durante cinco anos, fez considerável sucesso ao responder às aflições sentimentais de leitores, dando origem ao livro “Quem ama escuta”, uma compilação dos casos mais expressivos.

³ Referência ao livro de mensagens espírita “Minutos de sabedoria”, obra magna de 1966 do ex-padre Carlos Torres Pastorino, que já extrapolou a conta de nove milhões de volumes vendidos, sendo retirado da lista de *best-sellers* da revista *Veja* por motivo de reincidência por mais de dois anos sucessivos.

CAPÍTULO 1: O fenômeno da autoajuda para além da literatura de aconselhamento

1.1 O segredo por trás do Segredo: o que é a autoajuda?

No ano de 2006, estreava nos cinemas de todo o mundo o bem-sucedido documentário “O Segredo” (“*The Secret*”), originalmente idealizado e produzido pela australiana Rhonda Byrne como um filme para a televisão. No Brasil, 24 salas das principais capitais exibiram o longa-metragem que, na mesma época, começou a ser vendido no país como água em circuitos esotéricos na sua versão em DVD. O êxito da fita originou o lançamento de um livro homônimo escrito por Byrne, o qual rapidamente se tornou um dos maiores fenômenos de venda do mercado editorial norte-americano – em apenas dois meses, foram comercializados quatro milhões de exemplares e, até hoje, o livro ocupa o primeiro lugar dos principais tops de vendas, onde o respectivo *audiobook* também figura em destaque. Traduzido para 54 línguas, o livro chegou a integrar a lista dos mais vendidos do jornal *The New York Times* por 200 semanas. Sem demora, o estouro foi ampliado para outros produtos multiplataforma, entre eles palestras, aplicativos de celular, e-mails motivacionais e até jogo da memória.

Depois de passar por momentos traumáticos em suas trajetórias profissional e pessoal, Byrne começou a estudar uma obra do princípio do século XX chamada “A Ciência do Enriquecimento”, de Wallace D. Wattles, que prega contra as práticas econômicas competitivas, além da vida de figuras icônicas como Da Vinci, Napoleão, Beethoven e Einstein. Ela concluiu que essas personalidades se tornaram prestigiosas porque souberam usar a seu favor a “lei da atração” – embasada na teoria de que os pensamentos emitem frequências vibratórias que atraem outras frequências semelhantes –, controlando os fenômenos, alterando os acontecimentos e, assim, produzindo resultados. Não é por acaso, então, que seu filme reúne testemunhos de escritores, cientistas, filósofos, consultores financeiros e religiosos que transformaram radicalmente suas vidas através de um segredo milenar, conhecido por alguns dos “mestres” da humanidade, mas nunca antes revelado, e que pode ser a chave para o sucesso pleno.

A sensação mercadológica global de “O Segredo” ainda contou com o valioso apadrinhamento da apresentadora norte-americana Oprah Winfrey, que dedicou dois

programas ao texto, afirmando que a filosofia positiva de Byrne foi o caminho que ela própria trilhou ao longo de sua carreira. “Este livro mudou a minha vida”, manifestou comovida a apresentadora em seu *talkshow*, que, até 2011, ano em que encerrou a sua exibição, era assistido diariamente por 33 milhões de pessoas⁴. Dentre os coautores da obra estão Donald Neale Walsch, escritor de “Conversando com Deus” (1996), o terapeuta Jack Canfield, criador da série “Histórias para aquecer o coração” (1998), e John Gray, autor do *best-seller* “Homens são de Marte, mulheres são de Vênus” (1992).

Atraídos pelas vendas milionárias de "O Segredo", outros numerosos produtos ainda brotaram na mesma linha, tais como os livros “Muito além do Segredo” (2007), de Ed Gungor, “O Segredo revelado: expondo a verdade sobre a lei da atração” (2007), de Jim Garlow, e “O Segredo colocado em prática” (2007), de Michael Losier, além dos filmes “O segredo por trás do Segredo” (2007), de Michael A. Goorjian, “O Segredo - Somos todos um” (2007), de Ward M. Powers, e “O Segredo do sucesso” (2007), de Jack Canfield. Para lançar-se no próspero nicho da literatura de aconselhamento voltada para o público infantojuvenil, a Ediouro publicou no Brasil, em 2010, “O Segredo - versão teen”, de Paul Harrington, com páginas coloridas, bordas com aquarelas e ilustrações psicodélicas. A franquia ainda chegou a ser parodiada pelo badalado programa de humor “Saturday Night Live” e pela satírica *sitcom* animada “Os Simpsons”.

O fato é que, na busca cruzada dos sites das principais livrarias dos Estados Unidos e do Brasil, ao menos, as palavras “cinema” e “autoajuda” se encontram com facilidade. Cada vez mais, os manuais de bem-estar vêm se apropriando de sucessos cinematográficos como lições para progredir nos negócios ou para alcançar o equilíbrio recôndito. Em “Cinematoterapia para a alma: guia de filmes para todos os momentos da vida”, de 2005, por exemplo, as norte-americanas Nancy Peske e Beverly West apresentam relações de filmes para, entre outros motivos, "brilhar", "se reerguer" e "encontrar alma gêmea", com títulos que vão de “Harry Potter” a “Filadélfia”, passando por “Frida”, “O Mágico de Oz” e “O silêncio dos inocentes”. Fofocas dos artistas de Hollywood, receitas de comidas para acompanhar cada sessão e até fórmulas caseiras de

⁴ Apresentado e produzido por Oprah, o “The Oprah Winfrey Show” esteve por 25 anos no ar, sendo considerado um dos maiores programas televisivos de todos os tempos. Com o fim da atração, Oprah passou a se dedicar à sua própria emissora, a Oprah Winfrey Network (OWN), lançada em janeiro de 2012, nos EUA.

cremes hidratantes para você fazer antes ou depois da exibição também podem ser achadas nas páginas do campeão de vendas.

Já no livro brasileiro “Os filmes que todo gerente deve ver”, de 2012, os consultores Marco A. Oliveira e Pedro Grawunder constroem um paralelo entre determinadas fitas e suas inspirações em gestão empresarial. Dividido em capítulos com títulos como “Motivação e satisfação no trabalho” e “Poder e ética nas organizações”, o manual extrai das obras audiovisuais estratégias de administração e negociação para leitores altos executivos ou empreendedores autônomos. Segundo os autores, o documentário do cineasta Luc Jacquet vencedor do Oscar 2006, “A marcha dos pinguins”, oferece uma lição de como é possível trabalhar em equipe através da vida natural das simpáticas aves marinhas da Antártida.

O “Guia terapêutico de Cinema”, de 2010, por sua vez, promove a tese de que a sétima arte pode ajudar a prevenir e curar noites em claro, infortúnios do coração, dores da alma, crises de preguiça e ataques de insensatez. Em referência clara à cultura contemporânea da medicalização, calcada pela administração excessiva de ansiolíticos e antidepressivos, o moçambicano Pedro Marta Santos prescreve aos leitores receitas de filmes (com a indicação de dosagem), defendendo que o cinema é a solução para as enfermidades do corpo e da alma. “Não vá ao médico, vá ao cinema”, defende o escritor. A posologia é bastante eclética: de Manuel de Oliveira para tratar a insônia a James Bond para sarar a ansiedade.

Até mesmo Woody Allen caiu nas graças do mercado editorial de autoajuda. Em “Como Woody Allen pode mudar a sua vida”, de 2012, o psicanalista francês Éric Vartzbed faz um estudo da filmografia do cineasta norte-americano como fonte de motivação para superar as armadilhas do fracasso: de um pé na bunda amoroso a uma frustração profissional. Na companhia simbólica dos personagens allenianos (e de suas neuroses), Vartzbed conta como o cineasta transformou a sua vida e como ele também pode transformar a vida do leitor. Cabe ressaltar, a título de curiosidade, que no filme “Paris-Manhattan”, de 2011, a diretora também nascida na França Sophie Lellouche conta nas telas a história de uma farmacêutica tão apaixonada pelo cinema de Allen que chega ao ponto de recomendar seus filmes às pessoas que a procuram em busca de algum medicamento e até mesmo conversar com o diretor em seus pensamentos.

Outro aclamado diretor do cinema *cult*, David Lynch também tem no seu currículo

a autoria de um livro de autoajuda chamado “Em águas profundas: criatividade e meditação”, em que defende que o segredo para o bem-estar está na meditação transcendental. Em entrevista ao programa brasileiro “Roda Viva”, da TV Cultura, em 2008, quando esteve no Brasil para lançar a obra, Lynch confessou que, antes de começar a meditar, era muito tenso, estressado e se irritava facilmente. “A felicidade começou a surgir de dentro e me vi mais feliz com meu trabalho”, professou o cineasta.

Mas se a associação recente entre o cinema e a autoajuda é evidente no mercado editorial, no sentido inverso, ou melhor, nas salas de cinema, vivenciamos uma invasão da autoajuda ainda pouco investigada pelo meio acadêmico. Alguns críticos especializados como Celso Sabadin (2010), do site Cineclick, já começam a mencionar um projeto novo e coerente de adaptação de *bestsellers* de autoajuda em um estilo igualmente *bestseller* de se fazer um cinema *blockbuster*, ou seja, uma grande produção e/ou um grande sucesso de bilheteria⁵. Ao discutir a fita “Comer, rezar, amar”, lançada em 2010, o jornalista chega a falar em um autêntico filme de autoajuda, “daqueles que fala tudo o que o espectador quer ouvir, evita grandes perturbações, explora grandes amores em ambientes idílicos e – consequentemente – faz a plateia sair do cinema com uma grande sensação de saciedade”⁶. Já Rodrigo de Oliveira (2006), da revista Contracampo, argumenta que “À procura da felicidade”, de 2006, é “um produto dos mais sofisticados” de uma cultura norte-americana de autoajuda que procura, ainda para mais do programa de passos, dramatizar o caminho de esforço para o sucesso desde o documento de Declaração de Independência, no qual Thomas Jefferson decretou que a busca da felicidade é um direito de todo cidadão⁷.

1.1.1 A indústria do aconselhamento como atualidade biopolítica

Construído como ambiente propício para trabalhar as emoções do espectador, o

⁵ No contexto da indústria cinematográfica, a palavra *blockbuster* começa a ser empregada graças ao sucesso de “Tubarão”, de 1975, que arrecadou mais de 100 milhões de dólares em bilheteria. Contudo, também pode ser chamado de *blockbuster* um romance ou uma obra teatral que tenha um alto nível de popularidade. Além disso, em países cujo o inglês é o idioma oficial, a palavra *blockbuster* é utilizada na indústria farmacêutica, podendo descrever um remédio comercializado com êxito.

⁶ Crítica disponível em: <http://www.cineclick.com.br/falando-em-filmes/criticas/comer-rezar-amar>. Acessado em março de 2014.

⁷ Crítica disponível em : <http://www.contracampo.com.br/85/critaprocuradafelicidade.htm>. Acessado em junho de 2014.

cinema, na qualidade de obra audiovisual imersiva que compreende uma série de elementos formais e estéticos (como narrativa, ritmo de montagem, fotografia e trilha sonora) e sincretiza diferentes conteúdos temáticos e simbólicos, possui uma relevante engrenagem de disseminação e fixação de noções a partir das representações que engendra. Abordado aqui enquanto prática social, o cinema será estudado como entretenimento, narrativa e evento cultural, operando tanto como reflexo, como indicador dos movimentos da cultura. Logo, em suas narrativas e significados, podemos apontar tanto evidências do modo como nossa cultura dá sentido a si própria (TURNER, 1997), como domínio no qual a subjetividade é construída (STAM, 2003).

Tendo apontado esse percurso, cabe frisar, como já foi assinalado na introdução, que as produções de ficção analisadas neste trabalho, lançadas na primeira década dos anos 2000, fazem parte de uma corrente atual de adaptações cinematográficas de relatos motivacionais, repercutindo, portanto, o dispositivo da autoajuda contemporâneo. Assim, compõem o *corpus* empírico da dissertação as fitas “Coach Carter - Treino para a vida” (2005), “À procura da felicidade” (2006), “Um sonho possível (2008), “Comer, rezar, amar” (2010) e “Nosso Lar” (2010), que consideramos integrar um cinema de inflexões biopolíticas comercialmente profícuo. Nossa suspeita central é de que haja, desde a virada do século XXI, uma maré alta de entusiasmo por parte dos produtores de cinema de Hollywood por narrativas de não-ficção vinculadas ao repertório temático da literatura de aconselhamento.

Com efeito, os cinco filmes do conjunto de análise da pesquisa são amostras de cinema narrativo e representativo, isto é, “de filmes que, de uma maneira ou de outra, contam uma história situando-a num certo universo imaginário que eles materializam pela representação” (AUMONT, 1995, p. 26). Esse tipo de obra audiovisual constitui a grande maioria da produção mundial comercial, desde a construção da narrativa cinematográfica clássica com os filmes do cineasta norte-americano D. W. Griffith da primeira década do século XX. Além disso, os longas-metragens averiguados foram “campeões de bilheteria” – leia-se filmes onerosos, com produção sofisticada, grandes celebridades e lançamento em larga escala e simultâneo (TURNER, 1997).

A propósito do conceito de biopolítica, noção cara a este trabalho, Peter Pál Pelbart nos lembra que o termo aparece pela primeira vez, na obra de Foucault, em 1974, em conferência proferida no Rio de Janeiro e intitulada “O nascimento da medicina

social”. Segundo o teórico francês, que dedicou grande parte de sua vida a pensar a genealogia das relações de poder e a produção da subjetividade moderna (FRANCO FERRAZ, 2010), o capitalismo não teria ocasionado, como se poderia pensar, uma privatização da medicina, mas ao contrário, uma socialização do corpo.

O controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera simplesmente pela consciência ou pela ideologia, mas começa no corpo, com o corpo. Foi no biológico, no somático, no corporal que, antes de tudo, investiu a sociedade capitalista. O corpo é uma realidade biopolítica. A medicina é uma estratégia biopolítica (FOUCAULT, 2014, p. 144)

Além disso, nas páginas finais do primeiro volume da “História da sexualidade” (“A vontade de saber”), Foucault classifica o poder moderno que se exerce ao nível da vida gerindo de modo calculado o corpo social como um biopoder, constituído pelos eixos anatômico (“anátomo-política dos corpos”) e biológico (“biopolítica das populações”). Desse modo, ele concebe a seguinte afirmativa acerca do tema: “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, 2002, p. 176). Curiosamente, o projeto original do filósofo de desenvolver uma genealogia da sexualidade sofreu uma modificação que implicou em um regresso, nos volumes dois e três do estudo, à civilização grego-romana.

Portanto, começa a se fortalecer um cinema comercial que incita a cobrança individual de uma série de rotinas de autoexame (como autorreflexão e autocontrole), apresentando modelos exemplares de sujeitos, cujos esquemas do “eu” se apresentam consideravelmente institucionalizados. Ao avaliar determinadas características peculiares como “problemas” e identificar os comportamentos “refutáveis”, a cultura da autoajuda cria um ideal de normalidade que contribui para a patologização das condutas que não se adaptam ao estilo de vida propagado por ela. Com alicerce no sugestionamento de que podemos empregar nossa força interior para resolver qualquer adversidade, seus produtos tornam a realidade mais suportável e apresentam uma saída momentânea para determinado sofrimento.

A mensagem destas fitas, cujos arcos dramáticos de superação dos protagonistas assegurados pelos manuais de roteiro dependem sobretudo do autoinvestimento do próprio herói iconizado, reverbera ao final das sessões como imperativos subliminares em

nossas mentes: acredite em si, tenha persistência e capacidade para lidar com as frustrações, pense sobre o que realmente importa para você, desenvolva habilidades e competências para conquistar o que busca, reinvente-se (e por aí vai). Seja em uma jornada sabática em busca dos prazeres perdidos, em um manual de dicas de como alcançar o sucesso ou em uma viagem espiritual a outra dimensão, a voz parece ser uníssona: você é empreendedor de si.

Desse modo, por meio de um jogo de convenções narrativas, iconográficas e estilísticas vemos surgir, em um sistema racional de produção e de exploração de imagens que tem em Hollywood sua meca, este cinema biopolítico, ou cinema de autoajuda, cuja produção de sentido social está profundamente contaminada pela linguagem rentável dos campeões de venda de desenvolvimento pessoal. Ou, como na locução de uma blogueira a respeito de “Um sonho possível”: “sabe aquela história que você assiste e, quando acaba, deixa uma sensação amistosa de que você aprendeu mil coisas em duas horas?”⁸ Pois bem.

Atualmente, a irradiação da literatura de autoajuda penetra em outras searas editoriais, exemplificadas, na ficção, pela franquia “Crepúsculo” e pelos romances de Dan Brown e Martha Medeiros. Animais de estimação também adentram o universo do aconselhamento, sendo reputados como formas de terapia e amuletos da sorte. Com efeito, a despeito da fantástica difusão da autoajuda como produtora de *best-sellers* no mercado editorial⁹ (CASTELLANO, 2012), ela hoje extrapola os limites do filão literário motivacional, sendo reconhecida por pesquisadores como um fenômeno cultural profundamente internalizado (ILLOUZ, 2011), de vínculos estreitos com a cultura de massa, que abarca inclusive comportamentos sociais como a nova moda da Cabala (TUCHERMAN, 2010) e a aproximação das religiões orientais – quanto mais exótico para os ocidentais, melhor.

Como indica a socióloga israelense Eva Illouz, no livro *O amor nos tempos do*

⁸ Crítica disponível em: <http://www.phdemseilaoque.com/2012/04/gita-habiba-o-filme-e-um-sonho-possivel.html>. Acessado em dezembro de 2014.

⁹ Em meados da década de 1990, um livro de muito sucesso no gênero vendia em torno de 80 mil exemplares. Atualmente, somente a Sextante, maior editora do setor no país, publica anualmente 40 novos livros na área e comercializa cerca de 4 milhões de cópias. Informações retirados de reportagem do site da revista Veja, disponível em: <http://veja.abril.com.br/021209/nas-asas-autoajuda-p-140.shtml>. Acessado em janeiro de 2015.

capitalismo (2011), a ampla penetração da narrativa terapêutica da autorrealização se deve a sua capacidade de ser praticada numa variedade de locais, como grupos de apoio, programas de entrevistas, aconselhamento, programas de reabilitação, seminários remunerados, sessões terapêuticas, ou a internet. Seus produtos são comercializados em livrarias, bancas de jornal, lojas de produtos naturais e supermercados. “Todos são lugares para a atuação e reatualização do eu” (ibidem, p. 72). Alguns desses ambientes ainda assumem a forma da auto-organização na sociedade civil, como os Alcoólicos Anônimos (AA) – primeira irmandade a instaurar o conceito de autoajuda em um ambiente global comunitário –, enquanto outros são formas sociais mercantilizadas.

Não obstante, para além da rede de produtos e serviços que o fenômeno da autoajuda oferece, como “palestras e DVDs motivacionais, documentários inspiradores, workshops, serviços de coaching pessoal e empresarial, cursos de autocoaching e inumeráveis terapias” (FREIRE FILHO, 2010, p. 16), ela ainda reverbera em outras linguagens midiáticas, como a do jornalismo, na qual podemos verificar a disseminação generalizada de um processo que Zygmunt Bauman (1998) alcunha de “surto do aconselhamento”¹⁰. De acordo com o filósofo polonês, “a pós-modernidade é a era dos especialistas em 'identificar problemas', dos restauradores da personalidade, dos guias de casamento, dos autores dos livros de 'autoafirmação’” (ibidem, p. 221).

Na grande imprensa, os argumentos baseados na opinião de um ou mais peritos se sustentam como fontes confiáveis. Na grade fixa da Rede Globo, os exemplos vão desde o ex-comandante do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope), Rodrigo Pimental, que tece seus comentários muitas vezes levianos sobre segurança pública¹¹ no telejornal “RJ TV”, até os médicos de caspa e de unha encravada do programa matutino “Bem Estar”, passando pelo educador físico Márcio Atalla do quadro “Medida Certa”,

¹⁰ Mayka Castellano desenvolve a relação do conceito do sociólogo polonês e da presença constante de *experts* dos mais variados tipos na mídia no artigo “Cultura da autoajuda: o 'surto do aconselhamento' e a bioascese na mídia”, publicado na Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação de 2012. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/685/566>. Acessado em janeiro de 2014.

¹¹ Em 2013, no contexto das manifestações sociais iniciadas em junho que levaram milhares de pessoas às ruas de todo o país, Pimental fez a seguinte afirmação polêmica no ar sobre a ação da polícia: “o policial não deveria ter usado essa arma (AR-15). Essa é uma arma de guerra, é para ser usada em comunidades, em favelas. Não é uma arma pra ser usada em ambiente urbano, muito menos num ambiente desse de distúrbio civil”. A fala do ex-comandante do Bope (Batalhão de Operações Policiais Especiais) demonstra como as políticas públicas são concebidas e efetivadas a partir de uma visão hierarquizada da cidade e de seus cidadãos. Link: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/rjtv-1a-edicao/t/edicoes/v/especialista-em-seguranca-publica-comenta-acao-de-policiais-durante-manifestacao/2640971/>.

misto de *reality show* e reportagem do “Fantástico”. Já na Rede Record, o casal Cris e Renato Cardoso, autores do *best-seller* “Casamento Blindado”, concede “conselhos eficazes, para ajudar solteiros e comprometidos a alcançarem ou manterem o relacionamento feliz e driblarem as adversidades do cotidiano”¹² no programa “*The love School - A Escola do Amor*”, exibido aos sábados ao 12h. No canal por assinatura GNT, por sua vez, a *personal organizer* Micaela Góes oferece uma “Santa Ajuda” semanal para quem não sabe como deixar armários e cômodos organizados.

Além disso, as capas das mais importantes revistas semanais estampam conteúdos vinculados à autoajuda, como cuidados rotineiros com a saúde, qualidade de vida, administração do orçamento familiar e temas relacionadas ao sucesso profissional. Viver se tornou uma operação de *marketing*, ou seja, “uma estratégia de valorização de si, de aumento da autoestima a partir de condutas valorizantes e escolhas estratégicas” (TUCHERMAN, 2010, p. 42). Neste sentido, como produto, a autoajuda é um êxito mercadológico, ostentando pitacos, paradigmas e convicções em um requisitado “fast-food emocional” (ibidem). Ieda Tucherman precisa, em “Biopolítica, mídia e autoajuda: segredo ou sintoma?”, que a autoajuda se apresenta em torno de dois nichos principais de objetivos para realizar uma insidiosa operação de vendas. O primeiro está ligado à ideia de “alimento para a alma” – cujas palavras-chave seriam: autoestima, autoconhecimento, bem-estar e felicidade – e o segundo é de natureza totalmente pragmática – identificado pelos valores de sucesso, dinheiro e prestígio (ibidem).

Esta mesma distinção, defendida, em outras palavras, pelo sociólogo Francisco Rüdiger (2010) como capacidades subjetivas e objetivas, projeta-se sobre um fundo comum. Na maioria das vezes, o desenvolvimento dessas competências se relaciona mais ou menos com um conjunto de técnicas que, em última instância, depende da crença no próprio eu, promovendo um racionalismo que incide, sobretudo, na subjetividade. Segundo Rüdiger, o fenômeno da autoajuda, historicamente recente e efeito da convergência de diferentes processos sociais, “refere-se ao conjunto textualmente mediado de práticas através das quais as pessoas procuram descobrir, cultivar e empregar seus supostos recursos interiores e transformar sua subjetividade” (ibidem, p. 8). Os

¹² Extraído do site do programa: <http://entretenimento.r7.com/love-school-escola-amor/>. Acessado em agosto de 2014.

livros, portanto, possuem um caráter prático, fazendo supor que o leitor passará da leitura à ação, e ainda têm a vantagem de caber na bolsa. O pesquisador ainda distingue que, do ponto de vista histórico, as práticas de autoajuda manifestam uma diversidade de articulações textuais.

Além disso, por definição, o caráter geral da linguagem da literatura de autoajuda, ponderado por Illouz (2011), lhe habilita a fazer afirmações normativas e, a partir de um ponto de vista amoral, proferir uma perspectiva neutra sobre problemas relacionados à sexualidade e às relações sociais com o propósito de alcançar vários segmentos do público. Outra exigência é que ela deve variar os problemas abordados com o propósito de ser um produto consumido regularmente. Por fim, a credibilidade da fonte também deve ser indicada, o que garante prestígio para a inserção de psicólogos e psicanalistas na indústria do aconselhamento, já que suas autoridades estão imbricadas pela aura do saber científico.

Decerto, o fenômeno da autoajuda ocupa um importante lugar na constituição das linhas de subjetividade, costurando os dilemas humanos nascidos no mesmo movimento histórico-econômico que funda a biopolítica (TUCHERMAN, 2010). Inserindo-se primorosamente no esquema da cultura de massa do século XX, que se apresenta particularmente sob a forma de espetáculo (MORIN, 2002), a autoajuda engendra um cruzamento potente entre ciência, religião e pragmática em moldura de uma cultura somática. É ainda capaz de se polvilhar em incontáveis formatos, mesclando-se a diferentes gêneros literários, como os de ficção e os de divulgação científica, uma de suas associações de maior êxito, vide o sucesso já grifado de “O Segredo”. Por meio do treinamento mental de si via técnicas de autoajuda, a potencialização do bem-estar autoproporcionado é hoje uma das mais significativas dimensões de exercício do dispositivo de saúde, compreendido aqui como valor normativo de uma gestão calculada da vida no sentido da eficácia.

1.2 Do livro inaugural ao dispositivo midiático de bem-estar

O primeiro livro que se tem conhecimento ligado diretamente à autoajuda foi escrito pelo médico e publicista escocês Samuel Smiles e lançado na Inglaterra em 1859, com o nome de “*Self-help*” (“Ajuda-te”, no Brasil) – título esse que viria designar o

gênero que então se inaugurava. Lançado coincidentemente no mesmo dia que “A origem das espécies”, de Charles Darwin, o livro vendeu 250 mil cópias somente na Inglaterra no ano em que chegou às livrarias – um feito para a época. Nos Estados Unidos, “*Self-help*” também se tornou um dos livros mais comercializados no período. Foi publicado em mais de oito idiomas e chegou a ser reimpresso 50 vezes apenas no século XIX (RÜDIGER, 2010).

Estruturado como uma espécie de tratado da moral no tempo da Revolução Industrial, o livro se funda, em sua gênese, na compilação de uma série de palestras que o autor ofereceu para um grupo de trabalhadores que, por iniciativa própria, havia se juntado para aprender a ler e a escrever e ensinar-se coletivamente disciplinas como química, geografia e matemática em Leeds, na Inglaterra (ibidem). Com a obra, Smiles exprime a sua visão do homem como um ser racional que deve empregar a razão na busca pela própria felicidade e pelo bem-estar coletivo. Para o escocês, cuja posição ideológica se encontrava a favor do individualismo, os procedimentos de autoajuda são compatíveis com situações de enfraquecimento da confiança nas instituições sociais e de perda de esperança nas soluções coletivas.

Já na frase de abertura do texto “*Heaven helps those who help themselves*” (algo como “O céu ajuda aqueles que ajudam a si mesmos”), Smiles fixa sua perspectiva de que os maiores resultados na vida são geralmente atingidos através do exercício perseverado de qualidades comuns e do esforço individual inevitavelmente recompensado. Contra a ideia de que a genialidade é sinônimo de sucesso, o autor ratifica: “[...] acontece que os homens que mais mudaram o mundo, não foram tanto assim homens gênios, estritamente chamados, mas homens de intensas habilidades medíocres e perseverança incansável” (SMILES, 1859, p. 66; tradução nossa)¹³.

Para então exemplificar a sua teoria de que a revolução pode manifestar-se a partir do aperfeiçoamento de si e através do empreendimento da responsabilidade individual, o escritor se apropria de histórias modelos de personalidades históricas, como militares, artistas, inventores, escritores, religiosos e estadistas, entre eles Benjamin Franklin

¹³ No original: “[...] it happens that the men who have most moved the world, have not been so much men of genius, strictly so called, ad men of intense mediocre abilities, and untiring perseverance” (ibidem, p. 66).

(TUCHERMAN, 2010), considerado um dos pais da pátria norte-americana e da expressão *self-made-man*¹⁴ (alguém que “se fez” por conta própria). Observa-se curiosamente que, na prática, nenhuma das personalidades biografadas pelo publicista advinha da atividade comercial. Concomitantemente à revolução da subjetividade individualista moderna, Smiles fortaleceu com seu manual o processo de mediação literária da formação do caráter, inserido no modelo do liberalismo econômico (RÜDIGER, 2010).

Foi somente em 1936, contudo, com o lançamento do sucesso instantâneo “Como fazer amigos e influenciar pessoas”, do vendedor de origem humilde Dale Carnegie, que a cultura da autoajuda começou a progredir de maneira mais independente. Elaborado como um guia para comerciantes, o livro pretendia repensar o culto do sucesso vigente no período anterior com base no desenvolvimento de uma nova ética da personalidade, acompanhando o progresso da psicologia positiva. Desse modo, Carnegie inaugura no gênero a ideia de que o triunfo financeiro está intimamente ligado à evolução pessoal – sem o segundo, o primeiro não se efetiva – e que as emoções positivas são mais valorosas do que as grandes conquistas econômicas – futuramente, a compreensão de que ter sucesso é estar “de bem com a vida” se alarga para o domínio das relações sociais (ibidem).

“Como fazer amigos e influenciar pessoas” se tornou um dos maiores sucessos da história do mercado editorial, com a marca de mais de 15 milhões de exemplares vendidos até os dias de hoje, segundo estimativas de editores (ibidem). Além disso, os ensinamentos de Carnegie acabaram se transformando em uma rede internacional de treinamento profissional, que conta atualmente com duas mil unidades espalhadas por mais de 50 países, inclusive o Brasil, e não vive só de livros, mas oferece cursos, palestras e outros produtos.

Distanciadas do determinismo psíquico freudiano, as novas narrativas terapêuticas, envoltas em uma visão mais otimista e aberta do desenvolvimento pessoal e da capacidade do “eu” de se modificar e de se moldar, puderam difundir-se graças à chamada “revolução das brochuras” (ILLOUZ, 2011, p. 65), iniciada pela editora Pocket Books, em 1939, que pôs ao alcance dos consumidores livros de custo acessível.

¹⁴ "Quem tem caráter, trabalha, trabalha e trabalha, vence", Benjamin Franklin.

Consequentemente, como salienta Illouz, a psicologia popular pôde dirigir-se a um número cada vez maior de pessoas da classe média e da baixa classe média. “De fato, esses livros podiam ser encontrados em toda parte – lojas de conveniência, estações ferroviárias e drogarias – consolidando assim uma indústria já florescente de autoajuda” (ibidem, p. 65).

O prestígio da autoajuda, no entanto, tem início nos anos 1960, quando a lista de livros de não-ficção mais vendidos dos jornais e revistas norte-americanos passou a incluir manuais para encontrar o parceiro ideal, dicas para o autoconhecimento e fórmulas para subir na vida – os EUA são, afinal, o polo global de produção e consumo desse tipo de literatura. Cabe atentar que a década de 1960 é marcada pelo contexto da Guerra Fria e pelo surgimento da contracultura e dos “novos sujeitos da história” (estudantes, operários, prisioneiros, mulheres, gays), assim batizados por Foucault (TUCHERMAN, 2004). Época de crise dos modelos políticos e das instituições patriarcais (ápice e colapso da Modernidade), bem como de intensa característica existencial (tanto dos adeptos do lema “sexo, drogas e *rock and roll*” quanto dos simpatizantes do Zen budista), os anos 1960 avistaram a pujança do projeto de liberdade dos indivíduos em decidir seus próprios destinos, através de novas formas de visibilidade do corpo (*freak out!*) e de novos modos de sociabilidade (comunidades hippies) (ibidem).

Nessa década, novos sistemas originados a partir da assimilação da religião oriental, como o “misticismo cósmico” e o “simbolismo místico”, ganharam destaque nos programas de conduta propostos por *self-help writers* norte-americanos, como Vernon Howard (“O poder cósmico do homem”). Esse autor ficou conhecido em todo o mundo por promover palestras e vender milhões de livros de aperfeiçoamento da chamada “magia mental”, um método de ajuda “dependente dos espírito do pensamento positivo e baseado ao mesmo tempo no esforço do indivíduo e na terapia de grupo” (RÜDIGER, 2010, p. 140). Além disso, com o declínio do consórcio do matrimônio e a alta das inconsonâncias de perspectiva entre homens e mulheres à época, a literatura de autoajuda começou a ser reorientada para a resolução de problemas e a promoção do intimismo (RÜDIGER, 2010b).

Em 1983, o influente jornal The New York Times criou uma lista exclusiva para o que foi chamado de “livros de aconselhamento” (REIMÃO, 2001, p. 5). No editorial

que esclarecia a mudança, os responsáveis pela publicação advertiam que sem essa nova categoria, até mesmo a obra mais arrebatadora de autêntica não-ficção correria o risco de nunca mais figurar na lista de mais vendidos (PETILLO E SOUZA, 2005)¹⁵.

No Brasil, a rubrica dos guias motivacionais ganhou mais espaço quando a Veja, revista de distribuição semanal de maior tiragem no Brasil segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), passou, a partir de 1996, a incorporar junto com os setores ficção e não-ficção de suas listas de mais vendidos do mercado editorial nacional o setor “esoterismo/autoajuda/espiritualidade” (REIMÃO, 2001, p. 5). A manobra da publicação da editora Abril reconhecia o interesse do público pelo tema do crescimento espiritual como um dos principais motivadores da leitura de campeões de venda “prata da casa” como Paulo Coelho (“O Alquimista”), Zibia Gasparetto (“Sem medo de viver”), Vera L. M. de Carvalho (“Violetas na janela”) e Carlos Torres Pastorino (“Minutos de sabedoria”).

Em boa medida, ainda hoje, não parece haver uma padronização para a classificação desse tipo de literatura. Em inglês, são encontradas etiquetas como “*how-to books*” (editora Frederick Fell), “*advice books*” (The New York Times), “*self-improvement books*” (livraria Barnes&Noble) e “*health, mind and body books*” (The Guardian) (SANTOS DE SOUSA, 2009, p. 21/22). Já no Brasil, editoras e livrarias recorrem a expressões como “literatura motivacional”, “relações interpessoais” e “desenvolvimento pessoal” para designar prateleiras de autoajuda.

1.2.1 O papel do credo psicológico na formação do “eu-afetivo”

Em 1999, é sacramentado formalmente o “Manifesto da Psicologia Positiva”, assinado por baluartes de guias de sucesso editorial dedicados ao assunto como Barbara Fredrickson e Sonja Lyubomirsky, que defendem um novo compromisso por parte dos psicólogos acadêmicos de centralizar a atenção sobre as fontes da saúde psicológica, questionando a ênfase dada, sobretudo pelos psicanalistas, à doença e ao distúrbio. Fenômeno cultural e popular de mídia, a psicologia positiva chegou a ser definida em artigo da Time Magazine como a “ciência da felicidade”, o que ampliou a curiosidade

¹⁵ Informação retirada de reportagem da revista Superinteressante, disponível em: <http://super.abril.com.br/cotidiano/ajude-se-445837.shtml>. Acessado em janeiro de 2013.

sobre o fenômeno do grande público, que também começou a se interessar por ranqueamentos de felicidade regional e nacional. Além disso, a cadeira de psicologia positiva ministrada pelo professor Tal Ben-Shahar a partir da qual ele aprofundou a sua pesquisa de material para lançar em 2007 o bem-sucedido livro “Seja mais feliz” chegou a ser considerado o curso mais concorrido da Universidade de Harvard (BINKLEY, 2010).

Caberia aos pacientes adeptos dessa popular linha de terapia, cuja expansão nos primeiros anos do século XXI é considerada um marco em relação ao projeto de imperativo de felicidade (FREIRE FILHO, 2010), fugir de pensamentos desagradáveis, escapar de remoer aborrecimentos passados, enfim, evitar pensar demais ou, quando muito necessário o esforço mental, pensar apenas positivo. “As pessoas verdadeiramente felizes têm a capacidade de se distrair e absorver em atividades que desviam a energia e a atenção para longe de ruminções sombrias ou ansiosas” (FREDRICKSON apud FREIRE FILHO, 2010, p. 95). Por trás da empreitada de tornar-se mais feliz a partir das próprias buscas cognitivas e comportamentais estaria a necessidade de transformar-se em um “ator mais autônomo no mercado”, como argumenta Sam Bickley (2010, p. 85), que pleiteia que a felicidade é uma tecnologia do governo neoliberal.

Outro dado significativo com relação à década de 1990 é o surgimento da noção de “múltiplas inteligências”. O comportamento afetivo torna-se central na conduta econômica, tomando conta primeiramente das empresas norte-americanas, a partir da noção de “capital afetivo”, formalizada pelo jornalista e redator de ciência do New York Times Daniel Goleman em seu livro “Inteligência Emocional”, que explicita a conexão entre controle emocional e sucesso profissional. Tal como a ideia classificatória de QI (Quociente de Inteligência), que serviu para categorizar as habilidades cognitivas de pessoas nas forças armadas e no trabalho a fim de aumentar a produtividade, a medida IE (Inteligência Emocional) transformou-se rapidamente em um modo de classificar os trabalhadores produtivos e menos produtivos, desta vez por meio de aptidões afetivas avaliadas em testes de personalidade (ILLOUZ, 2011). Diferentemente do QI, entretanto, é possível melhorar a sua pontuação no IE e tornar-se emocionalmente mais inteligente.

A tese de Goleman estava baseada em frescas descobertas sobre o funcionamento do cérebro, efervescentes em uma década considerada como a “década do século”,

quando eclode uma predominância da compreensão neuroquímica do homem acima das visões psicológicas. O jornalista demonstra como a inteligência emocional pode ser alimentada e fortalecida em todos nós, principalmente na infância, período no qual toda a estrutura neurológica se encontra em formação. Com a racionalização das emoções, a noção de inteligência afetiva leva o processo de avaliação dos afetos a seu limite último, transformando-os em categorias a serem ordenadas, classificadas e quantificadas.

Ao fazerem da personalidade e dos afetos novas formas de classificação social, os psicólogos não só contribuíram para transformar o estilo afetivo numa moeda social – um capital –, como também articularam uma nova linguagem de identidade para se apossarem desse capital (ibidem, p. 95)

Tendo como marco a visita de Sigmund Freud aos Estados Unidos para realizar uma série de conferências na Universidade Clark, em 1909, Illouz ressalta a ressonância das ideias da psicanálise, associada à linguagem da produtividade e à mercantilização da individualidade no campo da saúde mental, em transformar os afetos em uma nova forma de capital – o “eu afetivo” textualizado publicamente nos dias de hoje nos programas de entrevista, nos grupos de apoio e na internet. Uma vez que a psicanálise se situava na condição especial de engendrar laços entre, por um lado, os exercícios especializados da psicologia, neurologia, psiquiatria e medicina, e por outro, das culturas superior e inferior, ela pôde se alastrar amplamente por todas as alamedas da cultura norte-americana, de modo mais evidente no cinema e na literatura de aconselhamento. Essas duas plataformas da indústria cultural se mostrariam duradouras para a propagação de ideias psicológicas e para a fabricação de normas afetivas, sobretudo a partir dos anos 1920 (ibidem).

Em razão de terem no *eu* o seu alvo fundamental, instituições distintas como o credo psicológico, a literatura de autoajuda, a indústria do aconselhamento, o Estado, a indústria farmacêutica e a tecnologia da internet se aproximam intimamente em um processo de mercantilização da individualidade, formando o substrato da personalidade psicológica moderna. Além disso, a libertação da individualidade está amalgamada na sua racionalização, visto que os afetos estão atados ao capital por uma lógica ambivalente, como nos deixou de herança o pensamento crítico de Foucault acerca dos regimes de poder (ibidem).

Ironicamente, logo em uma época em que a busca pela felicidade é pressuposto

quase obrigatório, vivemos uma espécie de epidemia de mal-estar: nunca houve tantas pessoas deprimidas. Mina de ouro para a indústria farmacêutica desde o lançamento do primeiro antidepressivo, o Prozac, a doença, com seus sintomas reconhecidos e tratamentos específicos, atinge hoje 350 milhões de pessoas no planeta. A Organização Mundial da Saúde prevê que em 2030 a depressão já será a enfermidade mais comum do mundo, à frente de problemas cardíacos e do câncer.

No caso específico da depressão, que atualmente pode ser detectada através de testes rápidos em revistas de comportamento, a sua tecnicização despontou justamente na década de 1990, quando passou a ser abrangida como uma falha dos neurotransmissores no cérebro. É fácil notar que, para que hoje um sujeito se sinta incluído em ciclos sociais, ele deve demonstrar atenção à sua saúde, sendo habilmente capaz de listar todos os remédios “tarja preta” que ingere – a patologia é, inclusive, neutralizada como característica de identidade, *status*. Assim, desnaturalizar a vida está na moda, significa aperfeiçoamento, instrução.

1.3 Sobre a era da prudência biológica

Com ênfase crescente nos processos biológicos, o mito cientificista vem se estabelecendo como espaço principal de fornecimento de conselhos morais de caráter absoluto (CASTELLANO, 2012), e a medicina vem se colocando como palco de administração do presente por conta de um futuro incerto. Neste quadro de uma sociedade que esmaga a cultura do estranho e neutraliza as potências de diversidade, interlocutores da biopolítica de Michel Foucault que provocam a elaboração de novos problemas e renovados campos de investigação, como Paul Rabinow (2002) e Nicolas Rose (2006), nos questionam: que tipos de subjetividades estamos produzindo nas linhas de poder-saber do mundo contemporâneo? Como irão ficar nossas práticas e éticas sociais conforme avancem os projetos tecno-científicos?

A administração das possibilidades de vida relaciona os campos da ciência e da política, prosperando os investimentos, as dedicações e os interesses pelas patentes de biociência. Atualmente, a biologia é a ciência do prestígio e o repositório das mais radicais promessas do porvir (indústria de fármacos, projeto Genoma, lógica da visibilidade), avançando para campos não biológicos e engendrando uma regulação da

vida em todos os níveis. Cada vez mais medicalizados, os indivíduos enxergam a si mesmos como novos sujeitos de uma bio-história, “criaturas biológicas” cuja existência vital se torna foco de conhecimento e território próspero para a exploração bioeconômica (ROSE, 2007, p. 25).

E eu sugiro que estamos cada vez mais relacionando a nós mesmos como indivíduos “somáticos”, isto é, como seres cuja individualidade é, pelo menos em parte, baseada em nossa carnal e corpórea existência, e que experimentamos, articulamos, julgamos e agimos de acordo com nós mesmos, em parte, na linguagem da biomedicina (ibidem, p. 26; tradução nossa)¹⁶

Na moldura de uma cultura somática, que parte dos questionamentos foucaultianos acerca do biopoder, hoje todo mundo traz consigo algum grau de anormalidade. O normal não é mais aquele que não está doente, mas o que tem baixa probabilidade de ficar doente. Em outras palavras, ser normal significa tratar permanentemente o seu capital-saúde, uma vez que, desde 1949, a Organização Mundial de Saúde (OMS) define a saúde como o completo bem-estar físico, mental e social. Decerto, as definições de transtornos mentais têm evoluído rapidamente com a cultura da medicalização. O Manual Diagnóstico e Estatístico de Desordens Mentais (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*), o DSM, usado ao redor do mundo por clínicos e pesquisadores bem como por companhias de seguro, indústria farmacêutica e parlamentos políticos, reflete a tendência de psiquiatrização da fase contemporânea.

Pesquisadores como Benílton Bezerra Júnior (2010) e Maria Cristina Franco Ferraz (2012) atentam para o fato de, no contexto dessa cultura somática que supera qualquer dualismo cartesiano entre corpo e alma em nome do naturalismo do corpo (com ênfase no cerebral), doenças mentais serem interpretadas como doenças orgânicas. Em sua expansão e disseminação no imaginário midiático contemporâneo, torna-se mais intenso o processo de domesticação, de neutralização e de colonização do estranho, que passa a ser cada vez mais remetido a categorias diagnósticas, sob a assinatura de novas e proliferantes síndromes nomeadas e descritas nos sucessivos DSMs (FRANCO FERRAZ,

¹⁶ No original: “And, I suggest, we are increasingly coming to relate to ourselves as somatics individuals, that is to say, as beings whose individuality is, in part at least, grounded within our fleshly, corporeal existence, and who experience, articulate, judge, and act upon ourselves in part in the language of biomedicine” (ROSE, 2007, p. 26).

2012). É também constatado, no plano socioantropológico, o fenômeno de aparecimento de processos de organização de identidades e de sociabilização apoiados não tanto nos referentes simbólicos tradicionais, mas em atributos relacionados ao corpo e suas propriedades e de onde vão se derivar conceitos como o de bioidentidades (Rabinow) e o de práticas de bioascese (Ortega) (BEZERRA JUNIOR, 2010).

A difusão, no imaginário social, de vocabulários biológicos e neuroquímicos usados para a descrição de experiências, crenças, desejos e comportamentos vem paulatinamente transformando o cérebro numa espécie de ator social, sede da identidade pessoal e locus da experiência subjetiva, fazendo surgir uma verdadeira cultura do “sujeito cerebral” – figura antropológica característica da neurocultura atual (Ehrenberg, 2004, 2008; Bezerra e Ortega, 2006; Vidal, 2005, 2009) (ibidem, p. 147)

O aprofundamento de estratégias biopolíticas encontra uma de suas expressões mais evidentes em determinadas alterações por que têm passado nossas agendas de subjetivação (FRANCO FERRAZ, 2012, p.70). Com efeito, na quinta versão revisada da bíblia sobre diagnósticos de doenças psiquiátricas, o DSM V, lançado em maio de 2013 – mesmo mês em que a atriz Angelina Jolie anunciou no New York Times que havia se submetido a uma cirurgia de mastectomia radical, retirando os dois seios como medida preventiva para diminuir a probabilidade de ter câncer –, são categorizados cerca de 400 transtornos mentais, distribuídos em 947 páginas¹⁷. À disposição dos psiquiatras, novas patologias como o “Transtorno Disfórico Pré-Menstrual”, que consiste em uma TPM mais severa, o “Transtorno de Compulsão Alimentar Periódica”, em que o portador devora quantidades abusivas de comida num período delimitado de até duas horas, pelo menos uma vez por semana, durante três meses ou mais, o “Distúrbio de Hoarding”, caracterizado pela dificuldade persistente de se desfazer de objetos ou de “lixo”, independentemente de seu valor real, e o “Transtorno Disruptivo de Desregulação do Humor”, que atingiria crianças e adolescentes que apresentassem episódios frequentes de irritabilidade e de descontrole emocional – a trivial “birra” infantil.

¹⁷ A primeira publicação do DSM, lançada em 1952, contava com 106 categorias diagnósticas catalogadas. Já no DSM-II, 1968, este número sobe para 180 e, em 1980, com o surgimento do DSM-III, aumenta ainda mais consideravelmente, indo para 265, e para 292 sete anos depois, com a sua versão revista, o DSM-III-R. Com o lançamento do DSM-IV, em 1994, o número de diagnósticos chega a 297, e, em 2000, com o DSM-IV-R, atinge 374.

Em referência à conhecida comparação de Karl Marx de que a religião seria como o ópio do povo, Alain Ehrenberg aponta em “O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa” (2010), a respeito do processo de empresarização da vida, que a inflexão dos discursos sobre as pequenas pílulas de felicidade substituiu o ópio do povo pela sociedade dopada. As drogas de socialização, de integração ou de inserção representam assim a autoassistência dos atores individualizados já que as instituições de assistência perderam a sua legitimidade e, logo, a mentalidade de massa tem por base o governo de si.

Prevalece uma nova cultura da conquista – ou, como prefere chamar Gilles Lipovetsky (2007), uma “sociedade do desempenho” – que é, essencialmente, uma cultura da ansiedade, regida pela obsessão de ganhar e de ser alguém, bem como pelo consumo em quantidade de medicamentos psicotrópicos que garantem controlar os humores, fabricando pessoas sob demanda. O fato é que se o alto consumo de substâncias psicoativas revela a vulnerabilidade do sujeito hipermoderno, também evidencia sua conduta consumista de ser aliviado sem delongas dos sofrimentos do mal-estar. “A ‘medicalização do existencial’ é menos a resposta à ditadura do desempenho que o efeito do poder do imaginário do bem-estar e da qualidade de vida, englobando daí em diante o campo psíquico” (LIPOVETSKY, 2007, p. 179).

Diante de uma morte da clínica, as diferenças são categorizadas como disfunções, sendo a própria ideia de doença relativizada em benefício da noção de deficiência; em outras palavras, déficits físicos, mentais ou situacionais a serem compensados e não mais enfermidades a serem tratadas, como nos esclarece Rabinow em “Antropologia da razão” (2002). Logo, a prerrogativa da prevenção substitui a da intervenção terapêutica direta a partir da dissolução do social e tem por princípio o “mapeamento de riscos”, que atinge o prisma da vigilância, não mais do indivíduo, mas de possíveis comportamentos “doentes” que precisam ser minorizados e de comportamentos “saudáveis” que devem ser maximizados.

Estamos aos poucos abandonando a antiga vigilância face-a-face do indivíduo e grupos já conhecidos como perigosos ou doentes, com finalidades disciplinares ou terapêuticas, e passando a projetar fatores de risco que desconstroem e reconstroem o sujeito individual ou grupal, ao antecipar possíveis *loci* de irrupções de perigos, através da identificação de lugares estatisticamente localizáveis em relação a normas e

Ainda sobre o tema, na nova lógica do “fator de risco” (VAZ, 2010) – que surge já no fim da Segunda Guerra e cuja aplicação mais notória se dá na relação de câncer de pulmão e consumo de cigarro –, passa-se a cuidar dos potencialmente patológicos, que devem estar atentos às suas práticas de saúde com o propósito de reduzir as chances de adoecer mesmo sem experimentar nenhum sintoma ou mal-estar. “Um fator de risco para uma determinada doença não é uma causa nem necessária, nem suficiente; é, sim, o que amplia a probabilidade de seu surgimento” (ibidem, p. 144). Temos assim novas experiências contemporâneas da doença, generalizada, e da normalidade, cada vez mais difícil de ser alcançada. Ao discutir, no ensaio “A vida feliz das vítimas”, a propagação no senso comum da ideia de “fator de risco”, a partir da década de 1970, Paulo Vaz estabelece que essa noção transforma os indivíduos em “doentes virtuais”, ou “quase-doentes”, sendo aconselhada a remodelação das práticas haja vista a redução das chances de se adoecer (ibidem, p. 144).

Como ainda não existe risco zero na medicina, o indivíduo nunca estará nem saudável nem curado, o que evoca uma cautela permanente com a saúde sem limites espaciais ou temporais. Para Vaz, o sintoma mais evidente do cuidado crônico é a crescente indistinção entre alimentação, que é cotidiana, e medicação, antes temporária (ibidem). Por certo, receitas culinárias que elencam valores nutricionais dos alimentos impregnam guias, programas de TV e aplicativos para *smartphones*. Não mais restrita ao domínio das áreas médicas, a cartilha da nutrição se estende, inclusive, para o *merchandising* de produtos, sobrepondo o valor para a saúde dos alimentos (ou medicamentos?) ao valor para o paladar, sobretudo no que toca a publicidade de produtos para crianças – “Toddyinho é rico em vitaminas”, “Um danoninho vale por um bifinho”, “Yacult é fonte de lactobacilos vivos”. Além disso, temas sociais como “fumo passivo”, “motorista bêbado” e “grávida que bebe ou se droga” indicam este lugar onde a renúncia é obrigatória (ibidem, p. 147).

Vivemos em uma era, como argumenta Rose (2007), de extrema “prudência biológica”, onde indivíduos, sobretudo as mulheres, são obrigados a assumir responsabilidade de seus futuros médicos e de suas famílias. De acordo com o sociólogo britânico, “esses princípios éticos são inevitavelmente traduzidos em microtecnologias de gestão da comunicação e da informação, que são inescapavelmente normativas e

direcionais” (ibidem, p. 29; tradução nossa)¹⁸. É neste sentido de reger o presente em termos de um amanhã clínico incerto – e em face da medicina tecnológica e da experiência pastoral que investigaremos mais adiante –, que Rose sugere que todos nós muito em breve seguiremos os “pioneiros éticos”, tais como os ativistas da AIDS e as mulheres que experienciam novas tecnologias de reprodução, no desenvolvimento e na gestão de uma nova ética pragmática de vitalidade (ibidem).

Ademais, para complementar o tratamento com os fármacos que aumentam os níveis de serotonina, dopamina e noradrenalina no cérebro, muitos depressivos vêm recorrendo a terapias alternativas para melhorar o ânimo, como relata o norte-americano Andrew Solomon, autor do *best-seller* autobiográfico sobre depressão “O Demônio do Meio-Dia: uma anatomia da depressão” (2000), que encarou diferentes tratamentos não convencionais para ficar saudável: desde tomar chá de uma planta conhecida como erva-de-são-joão, hipnose e homeopatia até participar de um ritual religioso em uma tribo africana. Grupos de apoio também são uma boa saída para aprender a encarar o lado amargo da vida. O que ninguém pode é ficar parado.

1.4 A constituição da subjetividade autoempresendedora contemporânea

Em “O nascimento da biopolítica” (2004), Foucault se utiliza do modo de pensar da economia para refletir sobre a maneira como se procurou, desde o século XVIII, disciplinar os corpos – de início, os dos trabalhadores nas fábricas – e racionalizar os problemas postos às práticas governamentais pelos fenômenos próprios de um conjunto de indivíduos constituídos em população (saúde, higiene, natalidade, etc.) no âmbito da racionalidade política. De acordo com o teórico francês, na estrutura do modelo liberalista, o homem econômico parceiro da troca é substituído pelo homem econômico empresário de si mesmo, transformando-se em seu próprio “capital humano” – uma combinação de elementos inatos (campo do hereditário) e elementos adquiridos (investimentos educativos, dirigidos à formação de competências capazes de produzir indivíduos motiváveis e flexíveis) (ibidem).

¹⁸ No original: “[...] these ethical principles are inevitably translated into microtechnologies for the management of communication and information that are inescapably normative and directional”(ibidem, p. 29).

Como resultado econômico, o corpo ganha um estatuto de equipamento que, tal como uma máquina (“competência máquina”), deve ser empregado para gerar fluxos de renda, segundo a lógica do mercado (ibidem, p. 321). O corpo herda, assim, um novo efeito de investimento pelo poder, compreendendo, a partir de Foucault, a noção de poder nas sociedades modernas não como uma forma de repressão específica e homogênea substancialmente identificada com um indivíduo, mas como uma “maquinaria de quem ninguém é titular” (2014, p. 332). Esse dispositivo opera através de redes de relações de microcosmos que se instalam e que se transformam na práticas de conduta do cotidiano, tendo no discurso sua aplicação estratégica. Segundo Foucault, o próprio termo “poder” designa um campo de relações, qualificado por ele de “governamentalidade”, ou seja: “a maneira como se conduz a conduta dos homens, não é mais que uma proposta de grade de análise para essas relações de poder” (FOUCAULT, 2008, p. 258).

Em “O sujeito e o poder” (1995), um de seus últimos ensaios, Foucault formula que o exercício de poder não é puramente uma relação entre “parceiros” individuais ou coletivos, mas um modo de ação de uns sobre outros, um jogo não invasivo de influências. Dessa forma, o poder não existe globalmente ou em estado difuso, concentrado, ou distribuído; ele só subsiste em forma de ato. Em sua natureza, a relação de poder não é a manifestação de um consenso, mas pode ser efeito de um consentimento anterior ou permanente, como o conceito de “prudência biológica” de Rose (2007) que evocamos há pouco parece nos remeter.

De fato aquilo que define uma relação de poder é um modo de ação que não age direta e imediatamente sobre os outros, mas que age sobre sua própria ação. Uma ação sobre a ação, sobre ações eventuais, ou atuais, futuras, ou presentes. Uma relação de violência age sobre um corpo, sobre as coisas; ela força, ela submete, ela quebra, ela destrói; ela fecha todas as possibilidades; não tem portanto junto de si outro polo senão aquele da passividade; e, se encontra uma resistência, a única escolha é tentar reduzi-la. Uma relação de poder, ao contrário, se articula sobre dois elementos que lhe são indispensáveis por ser exatamente uma relação de poder: que “o outro” (aquele sobre o qual ela se exerce) seja inteiramente reconhecido e mantido até o fim como o sujeito de ação; e que se abra, diante da relação de poder, todo um campo de respostas, reações, efeitos, invenções possíveis (FOUCAULT, 1995, p. 243)

Ao dialogar com Foucault e problematizar a dinâmica das instituições da sociedade de controle, Mauricio Lazzarato (2006) entende a integração e a diferenciação das novas forças pelo emprego das tecnologias de “ação a distância” de uma mente sobre a outra, mais do que pelas tecnologias mecânicas (sociedade de soberania) ou termodinâmicas (sociedade de disciplina). Reverberando Gabriel Tarde, que enxergava uma relação entre o funcionamento da sociedade e o desempenho do cérebro, o filósofo italiano reitera que as relações de poder hoje, compatíveis com um sistema de indivíduos livres e iguais, se expressam pela competência de afetar e de ser afetado do órgão do sistema nervoso central, midiaticizada e prosperada pela tecnologia, que possibilita que a ação sugestiva de um líder seja transmitida de maneira eficaz (ibidem).

Para Tarde, o público era “uma massa dispersa em que a influência das mentes, umas sobre as outras, se torna uma ação a distância” (apud LAZZARATO, 2006, p. 38). A partir dessa definição, podemos pensar as pragmáticas da publicidade e da autoajuda como formas de encaminhamento do mundo para a lógica dos vínculos algoritmizados, sem transferências de afeto. Ainda em Lazzarato, as máquinas de expressão (como a opinião pública, a comunicação, o *marketing* e, por que não, a autoajuda) desempenham papel estratégico de dominação da nossa potência de vida.

Consumir não significa mais a comprar e a “destruir” um serviço ou produto, como ensina a economia política e sua crítica, mas significa sobretudo pertencer a um mundo, aderir a um universo. E de que mundo se trata? Basta ligar a televisão ou o rádio, fazer um passeio pela cidade comprar um jornal ou uma revista, para saber que este mundo é constituído pelos agenciamentos de enunciação, pelos regimes de signos em que a expressão recebe o nome de publicidade e em que a expressão constituiu uma solicitação, um comando, que são eles mesmos, formas de avaliação, de julgamento, repertório de crenças trazido para o mundo, a respeito de si mesmo e dos outros (LAZZARATO, 2006, p. 100)

Com uma concepção de futuro indeterminada, fracassa o projeto de coletivo das “metanarrativas” da modernidade – aquelas construções discursivas que, como elucidou Jean-François Lyotard, pretenderam ordenar a experiência humana a partir de referências universais. Isto posto, as relações sociais são reestruturadas ao modo e à imagem de uma “sociedade de mercado”, onde as prerrogativas de comercialização atravessam cada aspecto da atividade humana (SANDEL, 2012). As instituições estão abaladas. Estado e

política já não fornecem mais confiança, e a família, eixo medular, está se pulverizando. Logo, as perspectivas de consumo nos mercados mais desenvolvidos abastecem um aparelho que propicia que as pessoas considerem um ato de compra como um ato de autoidentificação e autoapresentação, o que distingue o indivíduo de certos grupos sociais e o agrega a outros. Esta socialização pelo consumo é, portanto, individual e não coletiva, o que seduz o comprador iludido de autoajuda que busca não se filiar a nenhuma fundação ou ideologia.

Ainda para mais, a energia de empreender é atualmente considerada instrumento de heroísmo. Logo, o êxito do empreendedor é tido como a via de sucesso contemporânea, como descreve Ehrenberg (2010). Como empresários de nossas próprias vidas, governantes de nós mesmos, a figura do herói, saída do domínio do espetáculo de massa, assume o modelo de agir na sociedade (ibidem, p. 49). O mundo da disciplina, descrito por Foucault para caracterizar a sociedade moderna onde os polos de poder operavam de maneira a um só tempo massificante e individuante, perde o seu lugar de destaque para o mundo da gestão e da autonomia (ibidem), onde impera a sociedade tecnológica em seu paradigma pós-moderno da eficácia.

[...] a disciplina constituía uma técnica que colocava em forma a coexistência dos semelhantes. Era uma igualdade na ausência da liberdade, que repousava sobre uma hierarquia na qual cada um devia localizar-se na posição justa. Ao inverso, o esporte-aventura e o espírito de empresa constituem uma maneira de exercer o poder fundada sobre a estimulação da autonomia. Constituem um meio de fabricar uma mentalidade de massa *que faz a economia da disciplina* e das formas burocráticas que têm engendrado. Uma outra relação entre o indivíduo e a empresa é aqui promovida e consiste menos em adestrar que em estimular a implicação (ibidem, p. 79; grifo do autor)

Com efeito, na lógica do consumo atual, o capitalismo cognitivo incentiva os ideários de responsabilidade pessoal e de aumento de potencialidades, que engendram a transição do esquema da censura moderna para o esquema do desejo vigente. Este regime que empobrece as possibilidades de mundo dita as regras de uma sociedade agora direcionada para o produto, onde a fábrica dá lugar à empresa em todos os níveis – “[...] *a forma empresa* se torna, simultaneamente, um modelo de governo para a sociedade e um modelo de conduta para os indivíduos” (ibidem, p. 114; grifo do autor). Nas palavras de Gilles Deleuze, que defende em seu *post-scriptum* sobre “As sociedades

de Controle” (2000) que os meios de controle (social e subjetivo) permanente (e ilimitado) assumem a função dos meios disciplinares após a Segunda Guerra – ainda que não ocorra o abandono total da disciplina:

Já não é mais um capitalismo dirigido para a produção, mas para o produto, isto é, para a venda ou para o mercado. Por isso ele é essencialmente dispersivo, e a fábrica cedeu lugar à empresa. A família, a escola, o exército, a fábrica não são mais espaços analógicos distintos que convergem para um proprietário, Estado ou potência privada, mas são agora figuras cifradas, deformáveis e transformáveis de uma mesma empresa que só tem gerentes (DELEUZE, 2010, p. 228)

Diante deste novo tipo de capitalismo, regido por fluxos financeiros, superprodução, consumo acentuado e redes globais de comunicação, Deleuze ainda argumenta que o *marketing* e a publicidade haviam se tornado instrumentos de controle social, e o homem contemporâneo, cada vez mais endividado (“moratória ilimitada”). Enquanto na sociedade de disciplina sempre se estava recomeçando – migrando de um confinamento para o outro (“quitação aparente da dívida”) –, a formação permanente, onde nunca se termina nada, é o modelo excludente da contemporaneidade (ibidem, p. 226). Tal imperativo trabalha na seguinte lógica: deve-se estudar/trabalhar para “pagar a dívida”, caso contrário se está expulso do mercado de trabalho, fora da sociedade de consumo – conta essa, portanto, impagável. Vão-se os moldes, entram as modulações.

Com efeito, o recente levante intempestivo da multidão das metrópoles ao redor do globo¹⁹ reflete uma nova composição técnica do trabalho imaterial analisada por teóricos como o próprio Lazzarato, Richard Sennett e Antônio Negri, para quem a nova força do capitalismo vigente é o precariado cognitivo, associado à fragmentação salarial e à exploração máxima. O modelo do artista, *freelancer* e autônomo, torna-se o modelo do trabalhador, e o novo processo de acumulação tem por base os trabalhos imaterial e vivo (NEGRI, 2004) que englobam conhecimento, redes e comunicação. Essa nova configuração da ocupação profissional é biopolítica uma vez que se dirige para a invenção de novas formas de vida social – angariando, conseqüentemente, potências cultural e política –, não mais inclinando-se apenas à esfera econômica.

¹⁹ Além das jornadas de junho de 2013 no Brasil, incluímos aqui exemplos de disputas sociais anteriores como a Primavera Árabe, as acampadas espanholas e as tentativas do Occupy Wall Street.

Com o autoempreendimento, salienta André Gorz (2005), trabalhar é produzir-se, o que faz da vida o mais valioso capital. Os modelos de eficácia são empregados no gerenciamento da individualidade. Se a vida é *business*, a pessoa é um negócio. Logo, viver nas sociedades de hoje requer autocontrole.

A fronteira entre o que se passa fora do trabalho apaga-se, não porque as atividades do trabalho e as de fora mobilizem as mesmas competências, mas porque o tempo da vida se reduz inteiramente sob a influência do cálculo econômico e do valor (GORZ, 2005, p. 25)

Transformado em uma empresa, o indivíduo deve atender às exigências sucessivas do mercado de reprodução, modernização, alargamento e valorização de si mesmo, assegurando, enquanto seu próprio produtor/empregador/vendedor sua competitividade. Cada cidadão deve gerir seu “capital humano” ao longo de sua vida, investindo em estágios de formação continuados, como reitera Gorz reverberando Deleuze. Além disso, fora do expediente, os trabalhadores da era pós-fordista devem desenvolver suas faculdades de improvisação e de cooperação, bem como suas energias de vivacidade, através de jogos, esportes de equipe, lutas, disputas, atividades musicais, teatrais, etc., que compõem a bagagem cultural que lhes pode garantir acesso ao processo de produção (ibidem).

É neste contexto de empreendedorismo de si cada vez mais conflagrado, portanto, que a autoajuda expande a sua penetração. De acordo com Rüdiger (1996), ela pode ser situada como uma das tecnologias emergentes do individualismo democrático contemporâneo responsáveis pelo estímulo do espírito do “indivíduo como empresa” e da doutrina da “gerência de si mesmo”, uma vez que suas laudas são acalentadoras de um ethos fundamentado “na exploração do potencial humano e manipulação das relações com os outros” (1996, p. 2). Ao centralizar as incertezas do porvir na responsabilidade do “eu”, os procedimentos de autoajuda que reúnem regras, fórmulas e protocolos ao alcance de uma leitura ou de uma sessão da tarde – ainda mais baratos do que uma sessão de terapia – tornam-se soluções exclusivas e circunstanciadas, ainda que gerais, para gerar efeitos tangíveis ao seu comprador.

Como não existe nada mais pragmático do que números, eles são afinal a coqueluche do mercado. Apenas com o cabalístico “sete”, encontramos em uma busca rápida no site de uma *megastore* exemplares em oferta como “Os 7 hábitos das pessoas

altamente eficazes (1989)”, de Stephen R. Covey, “As 7 leis espirituais do sucesso” (2009), de Deepak Chopra, “Mude sua vida em 7 dias” (2013), de Paul Mckenna, e “7 segredos para uma vida feliz” (2011), de Cheferson Rocha Amaro e Luciana A. Kiyota.

1.5 A influência dos novos poderes pastorais na formação do *self*

Nestas circunstâncias, o *self* ideal do presente tem duas importantes características, como apontam Ieda Tucherman e Cecília Cavalcanti no texto “Sociedade biotecnológica de mercado: subjetividade contemporânea e autoajuda” (2013). São elas: “flexibilidade para as infinitas adaptações necessárias e disciplina para manter em alta seu próprio movimento de automotivação” (TUCHERMAN & CAVALCANTI, 2013, p. 5). Com efeito, duas figuras aparecem concentrando as relações. De um lado, aquele que sabe o que é necessário para a vida atual e/ou, de outro, aquele que precisa ser informado e treinado. Desponta assim a figura do *coach* – expressão que surgiu nas universidades norte-americanas para definir um tutor particular e, com o tempo, passou a ser usada também para se referir a um instrutor ou treinador de cantores, atores ou atletas.

O antigo esquema republicano que distribuía educação em torno de uma utopia, a saber, um emissor qualificado para todos os cidadãos foi atualizado; um treinador/aconselhador preparado para os que efetivamente quiserem ser contemporâneos (ibidem, p. 5)

Ao traçar um breve genealogia da composição desse *coach* (ou “*personal* qualquer coisa”), as pesquisadoras recolocam, em um plano modificado, a relação entre autoridade e poder que Foucault desenvolve nos escritos de “Omnes et Singulatim: em direção a crítica da razão política” (1981). Ao associar o poder centralizador e o poder individualizante, o filósofo examina que no mesmo ambiente que configurou a formação do Estado Moderno (de sua administração e burocracia) existem técnicas de poder voltadas para os indivíduos e destinadas a dirigir-lhes em linha contínua e permanente. Ele denomina este poder individualizador de “pastoral”.

Cabe assinalar, a esse respeito, que em “Segurança território, população” (2008), Foucault destrincha o pastorado no cristianismo como um dos momentos decisivos da história do poder nas sociedades ocidentais. Tal regime, que, segundo o filósofo, não coincide nem com uma política, nem com uma retórica, nem com uma pedagogia, teria

“dado lugar a toda uma arte de conduzir, de dirigir, de levar, de guiar, de controlar, de manipular os homens, uma arte de segui-los e empurrá-los passo a passo” (ibidem, p. 218/219). Uma arte, portanto, de governar os homens coletiva e individualmente. Por característica, o poder pastoral criaria um tipo de cidadão sujeitado em redes contínuas de obediência; em outras palavras, um sujeito que é subjetivado pela extração de verdade que lhe é imposta.

Longe de ser uma afirmação de domínio de si sobre si, como constituiria a direção de consciência grega, o pastorado no cristianismo trabalha para uma individualização por subordinação e dependência permanentes e obrigatórias. Foucault ratifica que o poder pastoral se encarrega da alma de suas ovelhas, mas também trabalha na intervenção da condução do cotidiano das mesmas. “Esse jogo do governo de uns pelos outros, do governo cotidiano, do governo pastoral, foi isso que foi entendido durante quinze séculos como sendo a ciência por excelência, a arte de todas as artes, o saber de todos os saberes” (ibidem, p. 200).

Logo, o *coaching* contemporâneo, cuja menção mais imediata é vinculada ao mundo dos esportes (a grande “escola da audácia”), tem um vínculo pastoral que lhe deixou como herança os ideais de liderança e de retórica de adesão. Tucherman e Cavalcanti identificam dois perfis de *coach* que nomeiam de “aconselhador” e “treinador”.

No primeiro caso, remetendo a origem foucaultiana, este aconselhador é mais próximo ao poder pastoral e, talvez explique, ou pelo menos insinue, porque nesse universo biotécnico, tanto a autoajuda quanto certos movimentos religiosos ganham fôlego num mundo social e no midiático. O segundo coach é o adestrador: oriundo da competição esportiva, seu lugar mais frequente hoje é no campo pragmático dos departamentos de recursos humanos; mas como a vida é uma empresa, ele sobra para nos treinar a sermos contemporâneos dos valores que “valem a pena” (TUCHERMAN & CAVALCANTI, 2013, p. 16)

Ainda sobre o tema, Rose (2007) destaca que os novos poderes pastorais que emergem atualmente estão identificados nos novos terapeutas (não apenas terapeutas psicólogos, mas terapeutas ocupacionais, arte-terapeutas, fisioterapeutas, etc.), nos especialistas da saúde (nutricionistas, reeducadores alimentar, *personal trainers*, etc.) e nos conselheiros (conselheiros sexuais, conselheiros matrimoniais, conselheiros

genéticos, etc.). O sociólogo afirma que os locais vigentes de poder pastoral tendem a proliferar na nova era de suscetibilidade e diagnóstico pré-sintomáticos, onde o conhecimento premonitório com níveis variáveis de certeza aflora em relação às, cada vez mais frequentes, "ameaças à saúde".

Este não é o tipo de pastorado onde um pastor conhece e dirige as almas das ovelhas confusas ou indecisas. Envolve um conjunto dinâmico de relações entre os efeitos de quem aconselha e os que foram aconselhados. Estes novos pastores da soma defendem os princípios éticos da autonomia consentida e informada, ação voluntária e escolha não dirigida (ROSE, 2007, p. 29; tradução nossa)²⁰

Rose completa que esses pastores transformam as subjetividades daqueles que são aconselhados, oferecendo-lhes novas linguagens para descrever suas condições e novos critérios para calcular as suas possibilidades e perigos, enredando a ética das diferentes partes envolvidas. Assim, são borradas as fronteiras da coerção e do consentimento (ibidem).

Outrossim, para alguns estudiosos, a figura pastoral perdeu inteiramente o seu posto. De acordo com Vaz (2014), nos últimos 50 anos, diversas perversões sexuais passaram a ser socialmente aceitas, além de ter ocorrido uma desvalorização da figura pastoral secular através de, entre outros motivos, denúncias de assédio sexual presentes numa relação que envolve direção de consciência, como pais, médicos, professores e treinadores. Como consequência, diante da mudança moral da modernidade para a atualidade, o diretor de consciência que antes orientava o desejo hoje foi substituído pela figura do perito, ou *expert*, que nos ajuda a escolher diante do mar de ofertas do jogo consumista, cujo lema consagrado pelas propagandas de cartão de crédito, em direção oposta ao esforço de poupança, é “goze agora e deixa para pagar depois” (VAZ, 2010, p. 145)

Para resumir, de um lado, diminui o peso do desejo de não ser perverso sexual, de ser como todo mundo, dado o considerável alargamento do que é permitido

²⁰ No original: “This is not the kind of pastoralism where a shepherd knows and directs the souls of confused or indecisive sheep. It entails a dynamic set of relations between the effects of those who counsel and those of the counseled. These new pastors of the soma espouse the ethical principles of informed consent autonomy, voluntary action, and choice nondirectiveness”(ibidem, p. 29).

socialmente desejar; de outro lado, pela crise do pastor secular, a figura que incorpora os valores sociais positivos se destaca do indivíduo e se torna idealizada. Todos hoje podem desejar ser diferentes e autênticos - isto é, tão autênticos como as celebridades que se deseja imitar (ibidem, p. 11)

A identificação positiva passou a se dar principalmente com figuras midiáticas que asseguram a possibilidade de ter sempre mais prazer e de ser mais feliz – não é à toa a celebração galopante de pessoas comuns através de livros de memórias e biografias e, evidentemente, por meio da chegada dessas histórias à tela grande com grandes astros do cinema hollywoodiano interpretando seus papéis. Vaz complementa que, em uma cultura terapêutica, “o único 'bem comum' é a felicidade de cada indivíduo; desse modo, as instituições relevantes são o teatro [ou a televisão e o cinema] e o hospital, a busca da excitação e o cuidado com o sofrimento (Rieff, 1966:24)” (ibidem, p. 136).

Também chamados por Bauman de “especialistas na identidade” (1995, p. 222), esses peritos se proliferam em resposta de uma carência dos homens e mulheres pós-modernos não de uma pregação religiosa sobre a fraqueza humana, mas de uma reafirmação de que são capazes de fazê-lo e de um resumo a respeito de como fazê-lo. “Um alquimista que possa, ou sustente que possa transformar a incerteza de base em preciosa autossegurança, e a autoridade da aprovação é a pedra filosofal que os alquimistas se gabam de possuir” (ibidem, p. 222). Não é por acaso que a noção de “tutorial” se propagou recentemente como ferramenta textual e audiovisual de ensino e aprendizagem sobre todo e qualquer assunto.

Como exemplo, um novo tipo de autoajuda, descrito em reportagem de julho de 2013 do caderno “Boa Chance” do jornal O Globo, vem incentivando pessoas a “chutar o balde” e a correr atrás do trabalho que realmente gostam, fugindo da lógica burocrática do mercado de trabalho convencional. Intitulada “Autoajuda moderninha incentiva nova geração a correr atrás do trabalho dos sonhos”²¹, a matéria indica que esse tipo de autoajuda é voltado para a geração Y, aproveitando-se da horizontalização da internet e das ferramentas online para mostrar exemplos de histórias reais e promover programas de instrução – os tais tutoriais – que geram maior credibilidade do que a métrica antiga da

²¹ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/emprego/autoajuda-moderninha-incentiva-nova-geracao-correr-atras-do-trabalho-dos-sonhos-8944859>. Acessado em julho de 2013.

autoajuda em papel e capa dura. Assim, ecoando o mantra já conhecido do “vai lá e faz”, proliferam nas redes sociais escolas que se dedicam ao ensino criativo, à busca pela felicidade e ao empreendedorismo como realização, tais como a Perestroika, a School of Life, a continuecurioso e a Escolha Sua Vida. Em casos como esses, a analista cultural do Laboratório [Ox]igênio, Carmencita Job, prefere utilizar o termo “pedagogia da autonomia”²² no lugar de autoajuda.

A narrativa terapêutica de autoajuda também estruturou a modalidade de fala de um gênero que emergiu nos últimos quinze anos e transformou todo o meio televisivo, a saber os programas de entrevista, como destaca Illouz (2011). O exemplo mais notório e bem-sucedido dessa variedade televisiva é o programa, que já chegou ao fim, de Oprah Winfrey, que utilizava um estilo terapêutico – um *mix* de melodrama e jornalismo – em suas entrevistas, promovendo reportagens da vida real, em atitude curativa de autoaprimoramento, e estruturando uma modalidade de fala confessional específica (ibidem, p. 75) – não por casualidade, a apresentadora privilegiou a divulgação de “O Segredo” em sua grade horária, como já sublinhamos.

Porta-voz de uma história pessoal de superação ao melhor estilo *american way of life*, Oprah, que nasceu filha de mãe solteira e pobre no racista Estado do Mississippi, acabou se transformando em empresária e apresentadora de sucesso, além de ser a mulher negra mais rica da história do país. “Aqui é a terra das oportunidades. Quem se empenhar e trabalhar duro tem boas chances de se dar bem”²³, explica ela, que recebeu em seu sofá celebridades símbolos do *american dream*, como o cantor Michael Jackson, o presidente Barack Obama e o empresário Chris Gardner, *self-made-man* convicto e autor do *best-seller* sobre sua própria vida, “À procura da felicidade”, que deu origem a um dos filmes abordados nesta dissertação.

Com heranças pastorais e terapêuticas e cada vez mais impregnado em nossas experiências de vida, o fenômeno do *coaching* se utiliza de uma ampla variedade de

²² “Pedagogia da autonomia” é também o título do último livro publicado em vida pelo educador Paulo Freire, frequentemente realocado para a seção de autoajuda das livrarias. A obra tinha por proposta oferecer práticas pedagógicas necessárias a educação como forma de construir a autonomia dos educandos, valorizando e respeitando sua cultura e seu acervo de conhecimentos empíricos junto a sua individualidade

²³ Citação retirada de matéria da revista “Isto é”, disponível em:

http://www.istoe.com.br/reportagens/paginar/995_DE+MENDIGO+A+MILIONARIO/21. Acessado em outubro de 2014.

métodos e técnicas de abordagem do comportamento humano para ajudar o aconselhado a alcançar e identificar seus objetivos perante as novas urgências da atualidade. No ambiente empresarial, os números apontam o crescimento do uso desta metodologia: nos EUA, o *coaching* executivo aumentou 45% entre 2003 e 2006. Como ápice representativo desse quadro, eclode, nos estados contemporâneos, a participação do *lifecoach* (ou “*coach* de vida”), profissional inspiracional que trabalha com atendimentos personalizados em projetos pessoais de mudança, através de uma metodologia de autoconhecimento.

Nesta conjuntura, podemos observar que a cultura da autoajuda está entrelaçada na prática excessiva do *coaching* já que grande parte do material cultural contemporâneo nos toca sob a forma de recomendações, advertências e receitas do que e de como fazer. Considerando-se que em muitos espaços sociais o *self* se produz sozinho ainda que recorra a diversos repertórios culturais para decidir seu curso de ação, é razoável formular que a literatura de aconselhamento tenha desempenhado um papel importante na configuração dos vocabulários pelos quais o eu compreende a si mesmo (ILLOUZ, 2011). Apesar de nascer em épocas determinadas, sobretudo de crises, as teses de autoajuda se apresentam como guias atemporais; a saber, o próprio “*Self-help*” de Smiles é campeão de vendas até hoje em suas versões impressa e *e-book* – mas, afinal, não é de crise que vive o capitalismo? A propósito dos filmes presentes no *corpus* da pesquisa, como aprofundaremos mais adiante, a figura do *coach* aparece com forte representatividade, balizando os comportamentos dos personagens principais e explorando suas motivações.

1.6 A busca do capital-juventude nas práticas de bio-ascese

Ainda na formulação do *self* contemporâneo, no ensaio “Da ascese à bio-ascese ou do corpo submetido à submissão ao corpo” (2003), Francisco Ortega contrapõe as práticas ascéticas da antiguidade – estudadas por Foucault em História da Sexualidade 2 e 3 – , enquanto formas de liberdade, às práticas de bio-ascese contemporâneas (como bulimia e anorexia), que representariam rotinas de assujeitamento e disciplinamento em um universo dominante, conformista e totalizador. Com objetivos opostos, as duas práticas promovem processos de subjetivação heterogêneos. As práticas bio-ascéticas unem corpo e mente na formação da bio-identidade somática, produzindo um “eu” que é

inseparável do trabalho sobre o corpo, o que torna ultrapassados antigos dualismos, tais como “corpo-alma”, “interioridade-exterioridade” e “mente-cérebro”. Para Lipovetsky, esse “ascetismo reciclado”, manifestado por um narcisismo obcecado por recordes, músculos e rivalidades anatômicas, alimenta a competitividade corporal dos Super-Homens e Supermulheres da sação hipermoderna, que agem obstinadamente sobre si mesmos (2007, p. 170).

Tanto nas práticas do *self* das ascetes clássicas greco-romanas quanto nas cristãs, o corpo possuía sempre um valor simbólico que tinha por objetivo a sua superação e a sua transcendência, na base da constituição de um “eu” dono de si, que, mediante as práticas de ascese corporal e espiritual, legitimava-se para a vida política, atingia um conhecimento de si ou se autoanulava na procura de Deus. Já nas modernas bio-ascetes e tecnologias do *self* o corpo obtém um novo valor. “Na sua materialidade sofre um desinvestimento simbólico: já não é o corpo a base do cuidado de si; agora o eu existe só para cuidar do corpo, estando ao seu serviço” (ORTEGA, 2003, p. 43). Trata-se da disciplinarização de um sujeito que se autocontrola, se autovigia e se autogoverna, bem de acordo com o hedonismo acentuado na cultura contemporânea (FRANCO FERRAZ, 2010).

O *self* superficial, paranoico e melindroso tem uma única maneira de escapar da tirania da aparência: se igualando, se conformando à norma. Somente sendo idênticos à norma é que podemos nos esconder. A adaptação, a obediência e a identificação com a norma é o refúgio do eu que fez de sua aparência a essência. Queremos ser iguais para nos protegermos, nos escondermos. Ou somos idênticos, ou nos denunciamos (ibidem, p. 26)

Assim, a imagem do sujeito gestor de si é difundida na medida em que as práticas e as representações do físico na sociedade de consumo de massa são cruzadas por estratégias da cultura contemporânea do corpo, dominada pelo consumo em seu ciclo de absorção e eliminação, tanto orgânico quanto econômico. Ao abordar a cultura de valorização da forma física que permeia os modos de vida das sociedades contemporâneas, Jean-Jacques Courtine (1995) exalta, sobre o fundo de uma genealogia “religião-saúde-comércio”, que a cultura do corpo é uma das formas essenciais de compromisso estabelecido pela ética puritana com as necessidades de uma sociedade de consumo, onde prevalece um “culto inquietante do eu eficaz” (COURTINE, 1995, p.

102).

Todas as técnicas de gerenciamento do corpo que florescem sobretudo no decorrer dos anos 1980 são sustentadas por uma obsessão pelos “invólucros corporais” (ibidem, p. 86) e, conseqüentemente, por uma negação laboriosa de sua morte próxima. Exemplo explorado por Courtine, os *body-builders* norte-americanos simbolizados pela figura anabolizada de Arnold Schwarzenegger representam uma das manifestações mais espetaculares do corpo, sustentada por uma indústria, um mercado e um conjunto de práticas de massa. O músculo é o modo de vida dessa tribo condenada da aparência (ibidem).

Portanto, a existência corpórea e a vitalidade do eu tornaram-se arena privilegiada de experimentos com o *self*. Despontam, neste cenário de veneração ao corpo, práticas relacionadas à manifestação de uma “personalidade narcísica”, própria do indivíduo inserido na era da democracia política e da sociedade de consumo (ibidem, p. 87). No farto cardápio de “individualidades somáticas” – conceito proposto por Rose (2007) para pensar as novas configurações identitárias contemporâneas traduzidas na linguagem da bioquímica orgânica, especialmente do cérebro – constam inúmeras opções, tais como exercícios, dietas, vitaminas, tatuagens, piercings, drogas, cirurgias estéticas, mudanças de sexo, transplantes de órgãos, etc.

Dos discursos oficiais de promoção da saúde através de narrativas da experiência da doença e do sofrimento na mídia de massa aos discursos populares sobre dieta e exercício, vemos uma tensão crescente na reconstrução pessoal agindo sobre o corpo em nome de uma aptidão que é, simultaneamente, corporal e psicológica (ROSE, 2007, p. 26; tradução nossa)²⁴

Diferentemente do olhar de censura da moral cristã ou burguesa, vemos hoje emergir uma reformulação moral pós-disciplinar de incitação ao gozo, que Foucault já havia sugerido na entrevista “Poder-Corpo”, publicada no livro “Microfísica do Poder” (2014). Como efeito do forte investimento do corpo pelo poder desde o século XVII – quando a saúde começa a substituir a ideia de salvação, e o corpo passa a ocupar o centro

²⁴ No original: “from official discourses of health promotion through narratives of the experience of disease and suffering in the mass media, to popular discourses on dieting and exercise, we see an increasing stress on personal reconstruction through acting on the body in the name of a fitness that is simultaneously corporeal and psychological” (ROSE, 2006, p. 26).

do pensamento com o seu trabalho meticuloso de vigilância e controle sobre a anatomia das crianças e dos soldados – percebeu-se, a partir dos anos 1960, que o poder rígido não era assim tão indispensável quando se acreditava e que as sociedades industriais podiam se contentar com um poder muito mais tênue sobre o corpo (FOUCAULT, 2014). O corpo e a sexualidade passam por um processo de industrialização, sendo absorvidos pela moda, pela mídia e pelo consumo.

O corpo se tornou aquilo que está em jogo numa luta entre os filhos e os pais, entre a criança e as instâncias de controle. A revolta do corpo sexual é o contra-efeito desta ofensiva. Como é que o poder responde? Através de uma exploração econômica (e talvez ideológica) da erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos... Como resposta à revolta do corpo, encontramos um novo investimento que não tem mais a forma de controle repressão, mas de controle estimulação: ‘Fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado!’ (ibidem, p. 236)

Foucault antecipa, desse modo, um tipo de governo de si mesmo calcado em uma “moral da boa forma” (SIBILIA, 2011). No rastro do teórico francês, Paula Sibilía (2011) destaca que o culto ao corpo na sociedade contemporânea é, em realidade, um culto a um certo tipo de corpo, singularmente agraciado, sarado e malhado. Com a expectativa de vida aumentando sem cessar, a pesquisadora argentina também chama a atenção para uma censura midiática da velhice, que afirma novos tabus e pudores que convertem o envelhecimento em um estado vergonhoso. A estética do *photoshop*, disseminada pelos meios de comunicação gráficos e audiovisuais, impõe uma doutrina da pele lisa que censura as indesejadas rugas, hoje consideradas obscenas.

As antigas penalidades ligadas aos horrores da carne, que antes tinham nuances da transcendência, são atualizadas em torno de um eixo que pertence à ordem das aparências. As tentações do nosso tempo são representadas por “alimentos calóricos, drogas, cigarros, álcool, hábitos sedentários e outros costumes que se consideram insalubres ou pecaminosos” (ibidem, p. 102). A corrupção contemporânea, por sua vez, manifesta-se sob a mancha do envelhecimento e de seus efeitos colaterais embaraçosos, sendo encarnada por “gordura, flacidez, vincos, despigmentações, calvície, dentre outros sinais da organicidade precívél e da finitude biológica” (ibidem, p. 102). Logo, o desenvolvimento tecno-científico reprograma a vida e desprograma a velhice.

Isso é possível em uma cultura que exalta o sucesso instantâneo, em um projeto que articula realização privada e êxito rápido, e canoniza valores como autoestima, gozo, beleza e juventude, ou seja, tônicas de bem-estar corporal, emocional, laboral e afetivo, resultantes de um imaginário de felicidade que atravessa todos os horizontes. No mercado de interesses da época atual, esses são os predicados individuais que se ajustam mais satisfatoriamente, bem como a competência de cada um de gerenciá-los *non stop* e projetá-los na autoimagem, como se fossemos marcas bem posicionadas em disputas agressivas de notabilidade (ibidem, 2011).

Suscetível a ceder às inescapáveis tentações e corrupções da carne, o corpo segue sob intensa vigilância, já que o estilo de vida do presente demanda uma autodisciplina permanente. Hoje somos definidos pelo que o outro vê, um devir imagem, que Guy Debord (1997) já postulava com a sua noção de “capital-juventude”, que se conflagraria com o bombardeio da publicidade que decreta com seus verbos no imperativo e com suas imagens sedutoras que “é proibido envelhecer”. Em sua crítica apocalíptica à “Sociedade do Espetáculo”, o teórico relaciona a fragmentação da vida real, a separação política dos corpos e a atomização dos indivíduos – que passam a se relacionar pela mediação por imagens e mercadorias – à multiplicação maciça da mídia. Antes de ser um conjunto de imagens, o espetáculo se caracteriza como uma relação social entre pessoas, mediada por imagens. “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p. 13).

Caso exemplar da relação das práticas de bio-ascese contemporânea e da cultura da autoajuda é a associação da filial brasileira da empresa norte-americana de cosméticos Avon com catálogos de *best-sellers* de algumas editoras nacionais, o que contribui para as vendas em escala industrial de suas revendedoras. Conhecida no mundo todo por comercializar batons, esmaltes e cremes, a marca pioneira no sistema de vendas de produtos de perfumaria de porta em porta (“Avon chama!”) é hoje um dos maiores comerciantes de livros de aconselhamento do país, ultrapassando inclusive algumas redes de livrarias. Com mais de um milhão de revendedoras no país, a Avon arranja grandes encomendas e consegue negociar preços com as editoras, que oferecem descontos de até 30% e confeccionam versões customizadas para a fabricante de cosméticos.

Em sua concepção de modernidade líquida²⁵, Bauman (2005) julga que, depois de termos encontrado no *photoshop* o equivalente eletrônico ao retrato de Dorian Gray, podemos ter achado para nós um mundo sem rugas, mas também sem paisagem, história e objetivo. Seria esse um quadro semelhante ao da “Cidade dos Imortais”, do famoso conto de Jorge Luis Borges, onde nada parecia ter sentido nem parecia servir a nada no palácio labiríntico construído por imortais, que perderam a dimensão do irrecuperável e do perigoso (BAUMAN, 2005). Por certo, a fabricação e a gestão dos modos de ser e estar através de fórmulas multimídia padronizadas de práticas individuais avaliadas e eficazes parece endossar esse cenário submetido a processos de achatamento das individualidades e de esterilização do acaso e do estranho. A intensidade subjetiva vem sendo deturpada pelo cálculo.

Neste primeiro capítulo, procuramos definir o conceito e problematizar a expansão atual da literatura de autoajuda, também chamada de literatura de aconselhamento (entre outras alcunhas). Salientamos que, para além da rede de produtos e serviços que a cultura da autoajuda oferece, ela hoje se constitui como um fenômeno cultural profundamente internalizado em nossas vidas cotidianas e de vínculos estreitos com a cultura de massa, reverberando em comportamentos sociais e linguagens midiáticas, como o cinema comercial. Além disso, ainda neste capítulo, destrinchamos as características do *self* contemporâneo ideal, propagado pelas racionalidades pragmática e terapêutica da indústria da autoajuda e semeado pelos novos poderes pastorais. Suas características principais são, entre outras, a “gestão de si”, o “indivíduo como empresa” e a construção de um “eu” indivisível do compromisso sobre o corpo.

Substanciadas pelos discursos, tanto a autoajuda quanto a psiquiatria contemporânea (pautada pelo gerenciamento excessivo de fármacos) promovem um adestramento mental disseminado que garantem o “foco” para que se possa viver e

²⁵ “Como um líquido em um copo, no qual o mais leve empurrão muda a forma da água” (BAUMAN, 2015). Citação retirada de entrevista com Bauman publicada na “MG Magazine”, disponível em: <http://www.mgmagazine.es/historias/entrevistas/zygmunt-bauman-es-posible-que-ya-estemos-en-plena-revolucion>. Acessado em fevereiro de 2015.

trabalhar de maneira produtiva – o projeto imediato do *self-made-man*. Nas redes do capitalismo atual, contextualizado por um individualismo democrático, a tarefa do homem contemporâneo é ser empreendedor de si mesmo, necessitando desenvolver competências que agreguem valor ao seu capital humano (biocapital).

No próximo capítulo, analisaremos os discursos e as linguagens dos cinco filmes presentes no *corpus* empírico desta pesquisa, no atual contexto sociocultural, demarcando a representatividade comum de um protagonista empreendedor de sua própria felicidade e desengajado de instituições, que deve superar todo e qualquer obstáculo (mesmo aqueles criados por ele mesmo). Compreendido como representação social de sua época, o cinema biopolítico, influenciado pelo dispositivo da autoajuda contemporâneo, fomenta uma pedagogia da autonomia como projeto fílmico, alimentada pelo crescente arrebatamento pela vida real e pelo anseio atual de exibição da intimidade.

CAPÍTULO 2: O cinema biopolítico como representação social

2.1 Das prateleiras de autoajuda às salas de cinema

A história do livro de aconselhamento nas salas de cinema é mais antiga do que se possa imaginar, como frisa Scott Meslow (2012)²⁶, da revista literária *The Atlantic*. A primeira adaptação hollywoodiana de um livro de autoajuda é notadamente o filme “*Sex and the single girl*” (“Médica, bonita e solteira” no Brasil), de 1964, baseado no livro homônimo de Helen Gurley Brown, escrito dois anos antes. O *best-seller*, que incluía capítulos como “Como ser sexy” e “O affair: do começo ao fim”, causou controvérsia na época de seu debut ao defender que mulheres de bem podiam fazer sexo fora do casamento e sentir apetite sexual ao invés de vergonha (RÜDIGER, 2010b). A popularidade do livro logo despertou o interesse da indústria cinematográfica para uma adaptação, mas a falta de narratividade do manual acarretou, no resultado final da fita comandada por Richard Quine, muitas alterações no texto original.

O consenso da crítica foi que o roteirista Joseph Heller havia transformado o tratado de Brown em uma comédia romântica convencional, protagonizada por Natalie Wood como uma versão fictícia da autora, que usa os truques do livro para conquistar o personagem de Tony Curtis ao término da trama. Décadas depois, a adaptação considerada mais “fiel” de “*Sex and the single girl*” germinou na forma da bem-sucedida série televisiva “*Sex and the city*”, lançada em 1997 pela HBO, que reverenciou tanto em seu título quanto em sua estrutura o livro de aconselhamento de Brown.

Com efeito, em 1972, Woody Allen – novamente ele por aqui – lançou a comédia “Tudo o que você sempre quis saber sobre sexo (mas tinha medo de perguntar)”, adaptada livremente do manual de autoajuda escrito pelo psiquiatra David Reuben em 1969. O cineasta recriou o livro de maneira astuciosa, dividindo a produção, ao invés de três atos como em um filme narrativo convencional, em sete vinhetas tematicamente relacionadas com etiquetas como “O que acontece durante a ejaculação?” e “Por que algumas mulheres tem dificuldade em atingir o orgasmo?”. O longa-metragem se tornou o maior sucesso de Allen até o momento, faturando mais de nove vezes o seu orçamento de produção no

²⁶ Artigo disponível em: <http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/04/everything-you-wanted-to-know-about-movies-based-on-self-help-books/256129/#slide3>. Acessado em outubro de 2014.

box-office e cimentando seu posto como um dos mais inovadores autores do cinema estadunidense.

Contudo, como aponta Meslow, apesar dos primeiros sucessos, o modelo “livro-de-autoajuda-transformado-em-filme” permaneceu adormecido por mais de 30 anos, retornando, somente nos anos 2000, com o grande *hit teen* “Meninas Malvadas”, de 2005. A produção foi adaptada pela roteirista e humorista norte-americana Tina Fey do livro “Queen bees and wannabes: helping your daughters survive cliques, gossip, boyfriends, and other realities of adolescence”, escrito pela educadora parental Rosalind Wiseman, que ensina, através de estratégias concretas, como os pais devem lidar com o comportamento agressivo de meninas adolescentes, capacitando-as para serem socialmente competentes. O tom irônico de “Meninas Malvadas” sobre o tema da crueldade juvenil foi o pulo do gato para o enorme êxito da fita, já que Fey capturou com humor as lições do livro e as aplicou em um *script* inteligente e bem escrito, incorporando suas rubricas na dramaturgia e nos personagens.

Ao que parece, o sucesso de “Meninas Malvadas” reanimou a investida de Hollywood em adaptações cinematográficas de livros de aconselhamento, já que, depois do seu bom resultado nas bilheterias, começaram a brotar nas telas produções de estilo semelhante. Entre elas: “Ele não está tão afim de você” (2009), baseado no livro de autoajuda dos roteiristas de “Sex and the city” Greg Behrendt e Liz Tuccillo e que tem uma fala do seriado como mote, “O que esperar quando você está esperando” (2012), adaptado do guia para grávidas de primeira viagem de mesmo nome escrito por Arlene Eisenberg, Heidi Murkoff e Sandee Hathaway e atualmente em sua quarta versão e “Think like a man” (sem tradução oficial para Brasil; 2012), baseado no livro de autoajuda do comediante Steve Harvey “Act like a lady, think like a man: what men really think about love, relationships, intimacy and commitment” (“Comporte-se como uma dama, pense como um homem”).

2.1.1 A narratividade popular dos meios de comunicação de massa

Nos Estados Unidos, a produção cinematográfica direcionada para o entretenimento se solidificou, como assinala Vera Forlain no livro “Narrativas migrantes” (2010), validando sua vocação de herdeira da narratividade que a literatura desdenhava e

da figuração que as artes plásticas menosprezavam. O caráter industrial do cinema sedimentava a dimensão popular de sua estética, o que o levava a procurar soluções de deleite do público na literatura narrativa de tipo tradicional. Na década de 1960, McLuhan já colocara em relevo o fenômeno de interpenetração entre diferentes mídias, salientando que, para a indústria cinematográfica, um *best-seller* era como um "jorro de petróleo ou indício de ouro" (MCLUHAN apud FORLAIN, 2010, p. 28); ou seja, os banqueiros de Hollywood vislumbravam, nesse tipo de literatura, garantias infalíveis de sucesso de bilheteria. Aprovado pelo crivo popular, o *best-seller* ainda forneceria ao meio cinematográfico a "superioridade do meio livresco" (FORLAIN, 2010, p. 28)

Carregado de um "estilo emocional" – compreendido pela combinação de formas com que uma cultura se torna preocupada com certas emoções e elabora técnicas específicas para capturá-las (ILLOUZ, 2008) –, as fitas selecionadas para esta pesquisa apresentam fortes estímulos de projeção-identificação empática, isto é, quando o público reconhece uma certa humanidade dentro do protagonista que o faz pensar: "ele é como eu" (MCKEE, 2006). Em "Cinema como prática social", Graeme Tuner discorre que o cinema popular tem esfera em uma arena onde o prazer do público é uma preocupação dominante, tanto para os próprios espectadores quanto para os produtores dos filmes. Esse aprazimento nos é ofertado pelo cinema "no espetáculo de suas representações na tela, no reconhecimento dos astros e estrelas, estilos e gêneros, e na apreciação do evento em si mesmo" (TURNER, 1997, p. 13).

Apesar da sétima arte já não ser mais o espetáculo audiovisual dominante – concorrendo com a interatividade tátil dos games – e a despeito dos frequentes prognósticos de desaparecimento da indústria cinematográfica – originárias das previsões de impacto do videocassete e das imagens de alta resolução na televisão – o longa-metragem ainda brinda o seu espectador com um complexo de experiências, prazeres e práticas sociais diferentes, que nenhum de seus adversários ainda foi apto a copiar. Assim, ainda que os jovens de hoje sejam formados audiovisualmente pela multiplicidade da imagem, de modo efetivo, o cinema tem resistido em razão do seu caráter de meio de comunicação e seu uso social por parte da plateia. Ir ao cinema ainda é um evento do qual as pessoas gostam de participar (ibidem).

Dado que a vontade de assistir a um filme popular está relacionada com toda uma rede de outros desejos (moda, novidade, ícones e símbolos), o *marketing* reconhece que o

filme agora faz parte de um complexo multimídia, que engloba outros produtos de uma gama de artigos culturais fabricados por grandes conglomerados multinacionais. Não à toa, as receitas para publicidade engordaram nas últimas décadas. Um exemplo inaugural do potencial econômico dessas agregações foi a série de artigos criada em torno do filme “Tubarão” (1975), de Steven Spielberg, que abarcava disco com a trilha sonora, camisetas, livros, copos de plástico, toalhas de praia, fantasias, jogos, brinquedos e até colares com dente de tubarão (ibidem).

Nos meios de comunicação de massa, o prazer nasce do familiar, do reconhecimento de convenções, da repetição e da reafirmação (ibidem). Nas artes que envolvem a dramaturgia em sua produção, como o cinema, ainda entra em perspectiva a descarga emocional, designada por Aristóteles de “catarse”, que encerra uma purgação dos sentidos do observador. Com efeito, a avalanche de emoções excitada pelos filmes comerciais nos remete ao romance de consolação, examinado por Umberto Eco (2008). Ao investigar a estrutura da literatura popular de folhetim, tendo como estudo de caso “Os mistérios de Paris” (1842), de Eugène Sue, o autor menciona uma “cadeia de montagem destinada a produzir satisfações contínuas e renováveis” (ECO, 2008, p. 195). Um dos principais objetivos dessa literatura é justamente emocionar: seja chamando atenção ao que vai acontecer ou recorrendo ao recurso do *kitsch*, isto é, aos efeitos fáceis e de mau gosto que estimulam sensações sentimentais.

A tranquilidade que, no romance de grande difusão, toma a forma da consolação pela reiteração do esperado, reveste na formulação ideológica, o aspecto da forma que muda alguma coisa a fim de que tudo permaneça imutável: isto é, a forma da ordem que nasce na unidade na repetição, da estabilidade dos significados. Ideologia e retórica juntam-se e fundem-se totalmente (ibidem, p. 202/203)

O folhetim trata ainda uma vez mais de consolar o leitor, mostrando-lhe que a cena dramática pode ser resolvida, mas de tal maneira que ele não deixe de identificar-se com a situação do romance no seu conjunto. Assim como os romances populares, o cinema comercial de dogma naturalista de Hollywood fabrica obras de entretenimento que recorrem amplamente a soluções padronizadas e não pretendem “atingir a complexidade formal típica da obra de arte no sentido pleno do termo” (ibidem, p. 205). Contudo, enquanto a literatura de consolação desperta no público a sensação de uma “espera por algo que jamais chega” (ibidem, p. 205), o cinema de autoajuda encoraja o

espectador a empreender seu próprio futuro através de uma publicidade de independência, hipoteticamente desinteressada de filiações institucionais.

Essa torrente sentimental também nos alude ao arcabouço estético e temático do teatro melodramático, do século XIX, onde Griffith, considerado o pai da linguagem cinematográfica (da sequência naturalizada, da montagem contínua), iniciara sua vida artística e de onde escalara seu elenco principal de atores de cinema. O melodrama, “gênero dramático das massas por excelência” (XAVIER, 2003, p. 39), deixou de herança para a formação do cinema clássico industrial, entre outros elementos, sua estrutura moral (pedagogia do bem e do mal) e seus recursos de representação, como a forma exagerada de atuar com propósito de tornar visível os sentimentos dos personagens.

Ademais, a indústria cultural deve superar constantemente a contradição fundamental entre suas estruturas burocratizadas-padronizadas e a necessidade de originalidade do produto final, como nos lembra Edgar Morin (2002). A valer, uma fabricação em cadeia segundo as exigências do mercado, com a condição, contudo, de que os produtos resultantes sejam individualizados. Dessa forma, um filme pode ser concebido em função de algumas receitas-padrão (intriga amora, *happy end*), mas deve ter sua personalidade, ainda que existam técnicas-padrão de individualização que consistem em modificar o conjunto dos diferentes elementos para se obter os mais variados objetos.

Outrossim, o que é normalmente chamado de riqueza psicológica de um personagem muitas vezes só provém da modificação do feixe de funções que ele cumpre (AUMONT, 1990). No caso de “Comer, rezar, amar”, por exemplo, a viagem de uma mulher recém-separada em busca de autodescoberta não configura propriamente um enredo novo, tampouco é inovadora a fábula de amor entre uma norte-americana e um latino-americano, mas a maneira como é ambientada a trama (na Itália, na Índia e na Indonésia) garante certo frescor visual, quase como em um guia de viagens filmado, resultado da experiência genuína vivida pela escritora.

Um enorme ímpeto do imaginário de encontro ao real inclina-se a sugerir mitos de auto-realização, heróis modelos e uma ideologia de receitas práticas para a vida privada. Considerando que o homem das sociedades ocidentais dirige cada vez mais sua ansiedade para o “bem-estar e o standing” por um lado, e o “amor e a felicidade”, por outro, a cultura de massa abastece “os mitos condutores das aspirações privadas da coletividade”

(MORIN, 2002, p. 90). Por certo, os mitos, as crenças e as práticas privilegiadas por uma cultura, ou grupo de culturas, embrenham-se nas narrativas concebidas por esse conjunto de pessoas onde podem ser “reforçados, criticados ou simplesmente reproduzidos” (TURNER, 1997, p. 81). É possível assimilar as transformações sociais nas mudanças de tendências temáticas ou formais que ocorrem na narrativa ao longo do tempo – por exemplo, o romance no século XIX era concluído sempre com um casamento, simbolizando o aprendizado dos personagens e a realização de suas vidas (ibidem).

2.2 Baseado em fatos reais: as narrativas do eu e a lógica do testemunho

Em 2004, o New York Times divulgou importantes mudanças na proposta editorial de seu caderno cultural “Book Review”, anunciando que passariam a ser resenhados “menos romances e mais livros de não-ficção” com o objetivo de ajudar seus leitores a escolher obras nos aeroportos (SIBILIA, 2008, p. 218). A notícia causou rebuliço entre as editoras, uma vez que a influente publicação costuma ditar o tom dos outros cadernos literários e aquecer as vendas. Dois anos depois, em dezembro de 2006, a renomada revista Time escolheu “você” (quer dizer: você, eu, todos nós) como “personalidade do ano” em uma homenagem a participação vigorosa de milhões de anônimos na produção de conteúdos de internet, como blogs, vídeos caseiros e redes sociais. A revista, que elege desde 1927 a pessoa ou as pessoas com maior influência social do ano – Adolf Hitler, Martin Luther King, Bill Gates e George W. Bush são alguns dos nomes que já estamparam a capa –, optou por colocar um espelho para o leitor em sua imagem de rosto, celebrando as pessoas comuns. O conceito gráfico literalmente refletia a ideia “de que você, e não nós, está transformando a era da informação”, como justificou o editor Richard Stengel (ibidem, 2008).

Segundo Forlain (2010), estão em voga, do ponto de vista de mercado, narrativas que parecem ser menos intermediadas, colocando o público diante da “brutalidade do real” (ibidem, p. 77). O interesse por histórias verídicas de pessoas comuns, isto é, de não celebridades, vem assegurando a grande saída de publicações que lidam com “a vida real do público”, ao lado do sucesso dos *reality shows* na televisão e da alta dos filmes documentais. Amostras significativas das produções artísticas e midiáticas do final do século XX e do início século XXI, esses fenômenos se inserem na tendência pela busca

do “real como matéria bruta”, amparada pela recusa do ficcional, o que nos permite observar um movimento de retorno a uma estética realista. Em outras palavras, constatamos a emergência de uma espécie de “neorrealismo” (ibidem, p. 69/ 70), ou, como prefere chamar Sibilia, um “renovado auge do realismo” (2008, p. 196), incluindo também nesse cenário a produção contemporânea de literatura, fotografia e artes plásticas.

Cada vez mais, os canais midiáticos sem pretensões artísticas se tornam atravessados pelos imperativos do real, com uma proliferação de narrativas e imagens que retratam “a vida como ela é” em todos os circuitos de comunicação. Enquanto isso, a própria vida tende a se ficcionalizar recorrendo aos códigos midiáticos, especialmente aos recursos dramáticos da mídia audiovisual, pelos quais fomos persistentemente alfabetizados ao longo das últimas décadas (ibidem). Em boa medida, no mundo contemporâneo, não só se pluralizam as informações como também se popularizam os códigos audiovisuais nos mais diversos âmbitos, inclusive, é claro, nos gêneros autobiográficos (SIBILIA, 2008).

Curiosamente, remarca Forlain, as narrativas publicadas com destaque nas revistas destinadas a estampar histórias vividas por seus leitores, como a publicação semanal do Reino Unido *Take a break*, nada têm de comuns, apresentando ingredientes melodramáticos como os que compõem os folhetins ficcionais: histórias de amor, traição, casamentos, mortes. Uma das líderes da seção *real life* e com distribuição de cerca de um milhão de exemplares semanalmente, a *Take a break* chega a pagar até 500 libras por histórias como a de Ian Stacy, que escreveu uma carta de amor para sua mulher, Alisson, morta em decorrência de uma hemorragia cerebral, sendo capa de uma das edições da revista (FORLAIN, 2010).

Nos canais do Youtube, usuários anônimos estão aptos a conseguir tantas ou mais visualizações quanto os usuários famosos, através da exposição de suas “subjetividades visíveis” (SIBILIA, 2008) em vídeos caseiros – nas redes sociais de relacionamento, como o Facebook, o Twiter e o MySpace, a corrente é a mesma. Entrevistas e *videoclipes* de astros mundiais dividem o foco de atenção com pais babões que filmam os gracejos de seus filhos pequenos e/ou animais de estimação, meninas vaidosas que compartilham com outras conectadas truques de cabelo e maquiagem (motivadas pelo carisma das *it girls*) e artistas desconhecidos que querem exhibir suas habilidades para o mundo, entre outros

protagonistas do chamado “efeito viral”. Também por lá, o “surto do aconselhamento” (BAUMAN, 1998) desponta nas formas de tutorias, videoblogs ou gameplays, que oferecem *feedbacks* para todo e qualquer assunto.

Em uma era sedenta de saberes biográficos, Sibilia (2008) questiona se os relatos autorreferentes contemporâneos bastante explícitos nos usos confessionais da internet seriam obras produzidas por artistas que encarnam uma nova forma de arte e um novo gênero de ficção ou seriam documentos verídicos acerca de vidas reais de pessoas legítimas. Seguramente, o “eu” que fala não deixa de ser uma ficção pois, ainda que se apresente como verdadeiro e insubstituível, “o *eu* de cada um de *nós* é uma entidade complexa e vacilante” (ibidem, p. 31; grifo do autor).

Para a pesquisadora argentina, uma intensa “fome de realidade” tem eclodido nos últimos anos, isto é, um “apetite voraz” que incita ao consumo de vidas alheias e reais. Esses relatos biográficos recebem grande atenção do público, afirmando-se em um terreno antes ocupado de maneira quase exclusiva pelas histórias de ficção. O refletor foi desviado das figuras célebres e ilustres, exemplares e heroicas, que antes atraíam a atenção de biógrafos e leitores, para se debruçar sobre as pessoas comuns e ordinárias, os anti-heróis do cotidiano. Nessa conjuntura, estão na moda os gêneros confessionais da internet, inseridos no fenômeno mais amplo de exibição da intimidade, que hoje transborda por toda parte, conectando “informação” e “necessidade de uma ancoragem verificável na vida real” (ibidem, p. 42).

Doravante, derrubadas as antigas fronteiras entre o espaço privado e o público, a cena mediático-política é encharcada pela exibição despudorada do particular do homem comum, extrapolando o antigo consumo de objetos, viagens e informações para o novo consumo da intimidade (LIPOVETSKY, 2007). Como exemplos desse fenômeno que imputa a sociedade de hiperconsumo como uma “sociedade transparente”, temos: conversas telefônicas em público, jogos de telerrealidade (ibidem) e até a onda de exposição sexual na internet, com práticas como a auto-pornificação (BALTAR & BARRETO, 2014) e o *revenge porn*. Na banalidade dos dias, triunfa a *mise-en-scène* da autenticidade do eu.

Às superproduções hollywoodianas acrescentam-se, daí em diante, os shows do eu, os zooms sobre a intimidade num tempo em que os hiperconsumidores querem menos admirar figuras ideais do que sentir emoções

com o espetáculo de seres “próximos” cuja experiência vivida os afeta mais diretamente (LIPOVETSKY, 2007, p. 190)

A abolição das arraias entre representante e representado também é sintomática de uma crise da representação, na qual figuras como a do jornalista e a do político, antes porta-vozes da sociedade, perdem a legitimidade da mediação. Em uma virada individualista do contemporâneo, tombados os antigos pudores da subjetividade (LIPOVETSKY, 2007, p. 190), ninguém melhor do que eu para falar por mim. Não é por acaso, portanto, ser cada vez mais comum que os livros de autoajuda possuam um caráter autobiográfico. Ao ser questionada sobre o assunto, a autora de “Reencontro com Você” (2010), Julia Blaque, afirmou que: “um livro autobiográfico e baseado em fatos reais cria uma maior identificação com o público”²⁷.

Ao analisar narrativas de celebridades que afirmaram terem sido vítimas de *bullying* na infância ou na adolescência, Vaz (2014) concluiu que esse tipo de fala autobiográfica é melhor qualificada como testemunho do que como confissão. Isso porque ela se dá no âmbito público, tendo o sujeito de discurso não como um agente (que fez e desejou), mas como um paciente (que sofreu com o que lhe foi feito e experimentou). A autenticidade da narrativa não se respalda mais no perito nem tampouco no fraseado científico, mas na manifestação espetacular do sofrimento e da franqueza, o que legitima o enunciado do “eu” da mesma maneira que a mídia vem exercitando no seu roteiro há tempos (VAZ, 2014).

Como já apontamos, o imaginário da psicologia se tornou o magma contemporâneo, com seus significados que constituem nosso senso de identidade e nossa maneira de nos ligarmos aos outros (ILLOUZ, 2011). Illouz comenta o papel da instituição da psicologia na conversão da experiência privada em discussão pública, transformando o “eu afetivo” em uma redação aberta e em um desempenho em uma cadeia de *loci* sociais, “como a família, a empresa, os grupos de apoio, os programas de entrevistas na televisão e, mais recentemente, a internet” (ibidem, p. 154).

O que é interessante é que as narrativas sobre o “eu” terminam por se transformar

²⁷ Citação retirada de reportagem do site “Prototipo”, disponível em: <https://prototipo.wordpress.com/2012/12/16/mercado-editorial-da-auto-ajuda/>. Acessado em dezembro de 2014.

em narrativas de ação, ou seja, relatos sobre o processo de autoconhecimento, de esforço pessoal e de superação (ou fracasso) de determinado problema (ibidem). Com efeito, o processo de inventar e empregar uma vasta bateria e variedade de textos e classificações para administrar e modificar o “eu” também contribuiu para criar um “eu sofredor”; em outros termos, uma identidade organizada e definida por suas falhas e deficiências psíquicas, que é reincorporada no mercado através de obrigações infindáveis de que o indivíduo se aperfeiçoe e se satisfaça.

Em suma, como ressalta Sibilia (2008), o *homo privatus* da modernidade disciplinar, de personalidade introdirigida e recolhimento nas entranhas do psiquismo individual, vem sendo substituído por novos modos de ser e estar no mundo que se constituem em resposta às demandas da contemporaneidade. Essas novas configurações corporais e subjetivas, ainda em construção em um século que se encontra em seu preâmbulo, já começam a indicar construções de si alterdirigidas, orientadas para o olhar alheio já que a atualidade convida os indivíduos a se exibirem nas telas cada vez mais patententes em todas as esferas e interconectadas. Isso porque nossa sociedade está intensamente midiaticizada e encantada pelos estímulos à visibilidade e à adoção ligeira dos mais inusitados avanços tecnocientíficos.

É, portanto, neste contexto de crescente fascínio pelas vidas reais que as vendas de biografias aumentam em todo o planeta. Os sustentáculos desses relatos mais recentes tendem a se encaixar no próprio “eu” que assina e narra. Com uma regularidade nova, o “eu protagonista” (que normalmente conjuga as figuras do autor e do narrador), torna-se uma alçada capaz de assegurar aquilo que se mostra e o que se diz. Justamente, a importância e a genuinidade dessas obras e das experiências que elas aludem amparam-se amiúde na história de vida do “autor-narrador-personagem” (SIBILIA, 2008, p. 197/198).

No entanto, as novas narrativas autorreferentes não parecem reforçar a posição do seu narrador (e nem a do seu autor), senão a do seu protagonista. A ênfase incide no estimado personagem intitulado “eu”, vide sucessos editoriais como “O doce veneno do escorpião: diário de uma garota de programa”, lançado em 2005, que combina trechos extraídos do *blog* e uma biografia da ex-prostituta Bruna Surfistinha. Em resultado notável, o livro teve 15 reimpressões locais, vendendo quase 200 mil exemplares no Brasil, além de pelo menos outros dez mil em Portugal. Na esteira desse sucesso, Raquel Pacheco, nome verdadeiro da ex-garota de programa, lançou um segundo livro, “O que

aprendi com Bruna Surfistinha: lições de uma vida nada fácil”, e ainda editou um *audiobook* em que narra uma série de histórias inéditas e proibidas. Como consagração final, o relato ganhou as telas em 2011 em filme estrelado pela global Deborah Secco (ibidem).

Conjugados de biografia e autoajuda enquanto narrativas de superação, bem como objetos de estudo desta dissertação, os livros “À procura da felicidade”, “Um sonho possível”, “Comer, rezar, amar” e “Nosso Lar” foram adaptados para o cinema depois de se tornarem sucessos editoriais promissores. A propósito, a epígrafe de “Comer, rezar, amar” – e também nossa – é exemplificadora desse palpitante apetite pelo real: “diga a verdade, diga a verdade, diga a verdade” (Sheryl Louise Moller). Também baseada em fatos reais, a fita “Coach Carter”, no entanto, só ganhou às prateleiras das livrarias depois de estreitar a sua verão cinematográfica. Em tempo, é importante salientar, como aponta Turner (1997), que todo longa-metragem é uma narrativa, ou seja, conta uma história. Mesmo os filmes inspirados em acontecimentos verídicos produzem ficção com interesse de criar drama, condensar o tempo, conter a participação de muitos personagens secundários ou apenas para serem mais recreativos (TURNER, 1997).

2.3 A definição de protagonismo segundo os manuais de roteiro americanos

O exemplo mais explícito de um sistema convencional de narrativa foi instaurado no cinema clássico de Hollywood (BORDWELL apud TURNER, 1997). Ainda hoje, na maior parte das produções convencionas da indústria norte-americana, o público espera encontrar uma enredo que gravite ao redor de um personagem principal interpretado por grande uma celebridade e que seja guiado por um conjunto coerente de relações de causa e efeito. Além disso, a expectativa da plateia é que a fita se utilize de uma dupla estrutura de trama que amarre um romance heterossexual com outra esfera de ação (aventura, negócios, crime) e que se sirva do abraço romântico como signo de desenlace da história (TURNER, 1997).

Repercutindo a lógica dos manuais de roteiros cinematográficos – e, por que não, manuais de autoajuda *how-to* para roteiristas – nos apropriamos, por ora, criticamente do precursor deles, o guia “A jornada do escritor”, de Christopher Vogler, lançado em 1992 e reeditado em 1998. O livro busca enumerar todas as etapas de construção de personagens

e situações necessárias para que os interessados dominem a técnica e escrevam uma história infalível, sendo atualmente considerado como a “Bíblia do roteirista de Hollywood”.

“A jornada do escritor” trabalha o desenvolvimento da dramaturgia audiovisual do tipo “faça você mesmo” a partir de estruturas míticas e de classificações arquetípicas baseadas na famosa obra “O Herói de Mil Faces”, escrita por Joseph Campbell, em 1949. Mitólogo e estudioso de religião comparada, Campbell dimensionou a noção de herói ao notar que a história heroica das mitologias Ocidental e Oriental é recorrente na experiência humana. O conceito da “jornada do herói” (ou “monomito”), cunhado por ele, é dividido em três etapas (separação, iniciação e retorno), tendo sido inspirado pelo modelo das funções de conjuntos de personagens e ações criado por Vladimir Propp²⁸ para o conto popular russo e elaborado em paralelo às teorias dos arquétipos de Carl Jung.

Antes de ser apropriado por Vogler, Campbell alcançou grande projeção no meio cinematográfico sobretudo pelo reconhecimento de George Lucas sobre a importância do mitólogo na elaboração da trilogia original de “Guerra nas estrelas”. Além disso, o conceito da “jornada do herói” foi apoderado dentro das empresas como instrumento motivacional e organizacional para escopos de executivos. Anualmente, inclusive, há práticas de integração dos ensinamentos da “jornada” na Califórnia, na semana do nascimento de Campbell, nas quais os participantes se envolvem em dinâmicas de grupo e refletem sobre onde querem chegar e o propósito dessa meta.

Especialista em contos de fadas e folclore, Vogler avaliou mais de dez mil roteiros para grandes estúdios, como Warner Bros. e 20th Century Fox, e foi consultor, na década de 1980, de longas-metragens de sucesso da Walt Disney, incluindo “O Rei Leão” e a “Bela e a Fera”, concebendo uma estrutura básica de apelo comercial e compreensão empática para os desenhos que ficou conhecida como “Paradigma Disney”²⁹. Enquanto

²⁸ Nas décadas de 1920 e 1930, Propp e outros formalistas russos atualizaram a “Poética” de Aristóteles, um dos primeiros a empreender, há vinte séculos, estudos sobre as estruturas narrativas (no caso poesia e teatro). Aristóteles deduziu que existe um relacionamento entre o tamanho da estória e o número de “pontos de virada” necessários para contá-la (MCKEE, 208) e definiu as condições essenciais da narrativa: início, tensão, ponto culminante, desenlace e catarse. A ideia mais geral de Propp era revelar uma gramática, ou conjunto de regras composicionais, da construção narrativa.

²⁹ Estudos subsequentes detectaram a presença de uma estrutura paradigmática nos dez longas-metragens de animação a traço da Walt Disney Pictures produzidos entre 1989 e 1998 — período tido como a “retomada” dos estúdios depois de fracassos de bilheteria dos anos 1980.

trabalhava no estúdio, Vogler escreveu e distribuiu entre os funcionários um texto de sete páginas intitulado “A practical guide to the hero with a thousand faces”, mais tarde conhecido como “Memorando de Vogler”, no qual ele se propunha a fazer um "guia prático" para divulgação das ideias de Campbell adaptadas a uma estrutura narrativa fílmica. Anos depois, o conteúdo foi ampliado no livro “A jornada do escritor”, em que Vogler mapeia com um vocabulário claro e objetivo alguns padrões mitológicos e propõe uma matriz para o esqueleto da narrativa moderna a ser integrada em roteiros de filmes. Apesar de diferir de outros tipos de narrativa – ficção literária ou novelas de TV por exemplo – quanto ao meio de comunicação empregado e às convenções representacionais, a narrativa cinematográfica compartilha com eles funções e estrutura básica (TURNER, 1997).

Ao destrinchar a “jornada do herói”, composta pelos estágios naturais da vida e do crescimento do protagonista, Vogler afirma que os heróis são símbolos da alma em transformação e do caminho que cada pessoa percorre na vida. “Um herói sai de seu ambiente seguro e comum para se aventurar em um mundo hostil e estranho” (VOGLER, 2006, p. 35). A jornada poder ser uma viagem a um lugar real (um labirinto, uma caverna, um país estrangeiro) ou uma jornada interior, emocional, fazendo uma transição de um modo de ser para outro (do desespero à esperança, da fraqueza à força, da tolice à sabedoria). Essa última é, consideravelmente, a que mais capta a atenção da plateia para querer acompanhar uma história (ibidem).

Definido como “herói voluntário” (ibidem) ou “personagem voluntarioso” (MCKEE, 2006), o protagonista ultrapassa obstáculos e conquista metas, mas também adquire novos conhecimentos e mais sapiência ao final do percurso (VOGLER, 2006, p. 48). É função heroica agir ou fazer, logo, o herói, geralmente, é a pessoa mais ativa do roteiro. Sua vontade e seu desejo empurram a história para a frente. O herói é quem deve realizar a ação decisiva da história, ação essa que exige maior risco ou responsabilidade. Um ponto essencial na análise de Campbell é que o herói não “nasce pronto”, formando-se com início no cometimento de sua campanha, seja ela proposital ou involuntária. Sendo assim, o herói só existe a partir do instante em que põe em prática a sua aventura rumo a algo inexplorado e potencialmente perigoso (FALCÃO & BEZERRA, 2013).

Outro “guru” dos roteiristas da atualidade, Syd Field definiu uma estrutura chamada pelos profissionais da área audiovisual de “paradigma” (diferente do Disney),

que estipula a formatação padrão de um *script* também em três atos (apresentação, confrontação e resolução), com duração aproximada para cada um – Ato I - 20 a 30 minutos; Ato II - cerca de uma hora; Ato III - minutos finais. Field constatou que acontecimentos importantes que se enlaçavam na ação e a revertiam para outra direção sucediam perto das páginas 27 e 87 de roteiros bem-sucedidos, movendo a história adiante. Ele chamou esses eventos de “pontos de virada” (*plot points*) 1 e 2. Ainda segundo esse modelo, um roteiro teria como extensão ideal 120 páginas, formatadas de modo que cada uma das laudas corresponda a um minuto de filmagem .

De acordo com Field: “escrever é uma responsabilidade pessoal – você pode assumi-la ou não”. Desde o lançamento de seu primeiro livro (“Roteiro - Os fundamentos do roteirismo”), em 1979, muitos autores, roteiristas e professores passaram a incorporar e propagar o seu paradigma em três atos. Seu *best-seller*, "Manual de roteiro", de 1982, também virou texto sagrado em escolas de cinema e TV ao redor do planeta. O professor John Truby computou mais de cem títulos de livros que se seguiram difundido as suas ideias³⁰.

Até o ano de seu falecimento, 2013, Field analisava mais de mil *scripts* por ano, tanto em cursos que oferecia pelo mundo como na função de consultor para grande estúdios (TriStar, 20th Century Fox) e produtoras de filmes. No Brasil, país que visitou seis vezes, foi consultor de longas-metragens como “O Guarani” (1997), de Norma Bengell, e “Villa-Lobos – Uma vida de paixão” (2000), de Zelito Viana. De acordo com sua tabela de preços, para apenas opinar sobre um roteiro, o *expert* cobrava R\$ 2 mil e, para um diagnóstico mais profundo, mais R\$ 3 mil. Seu último livro publicado, “Como resolver problemas de roteiro”, de 2012, “ensina, passo a passo, como identificar e desatar os nós mais comuns de redação de roteiro, revelando os segredos profissionais que tornam os filmes brilhantes”³¹.

Antes de sistematizações como a de Field, que se propuseram a estabelecer um roteiro-modelo, a grande maioria dos escritores de cinema aprendiam a roteirizar por conta própria, ouvindo orientações de outros autores mais experientes. Com os manuais,

³⁰ Informação extraída do *blog* “Roteiro News”, disponível em: <http://roteironews.blogspot.com.br/2009/09/john-truby-adverte-o-paradigma-em-tres.html>

³¹ Trecho extraído do site “Editoras.com”, disponível em: www.editoras.com/objetiva/445-3.htm. Acessado em janeiro de 2015.

a aprendizagem mudou e, conseqüentemente, o perfil dos profissionais da área também. No Brasil, o roteirista Doc Comparato, um dos fundadores do Centro de Criação da Rede Globo, foi pioneiro no ramo ao escrever o guia de escrita para cinema e televisão "Roteiro", de 1982, historicamente importante por ter sido o primeiro do tipo no país.

Morin (2002) atenta que, a partir da década de 1930, o imaginário cinematográfico passa a ser orientado em direção ao realismo, o que estimula a identificação com o herói. Desponta assim a figura do herói simpático, “amável-amante-amado” e favorecido pela introdução em massa do *happy end*, arranjado de forma bastante oportuna, depois das provações que deveriam resultar em, racionalmente, um fracasso ou uma partida trágica, mas que só testam o protagonista durante um tempo abreviado. O *happy end* não é de forma alguma uma compensação ou aquietação, mas erupção de felicidade.

O elo sentimental e pessoal que se estabelece entre espectador e herói é tal, no novo clima de simpatia, de realismo e psicologismo, que o espectador não suporta mais que seu alter ego seja imolado. Pelo contrário, ele espera o êxito, a prova de que a felicidade é possível. Assim, paradoxalmente, é na medida em que o filme se aproxima da vida real que ele acaba na visão mais irreal, mais mítica: a satisfação dos desejos, a felicidade eternizada (ibidem, 93/94)

Na medida em que se universalizam no século XX, as necessidades de bem-estar também universalizam a cultura de massa, e vice-versa. Como evidencia Morin, a ideologia da cultura de massa, produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial desde o pós-Segunda Guerra, é a ideologia da felicidade, seu *leitmotiv*, como atesta a eclosão em peso do *happy end* – que se opõe à tragédia por meio de uma relação de identificação espectador-herói – no repertório cinematográfico. A ideia de felicidade se torna o núcleo afetivo do novo imaginário que adquire consistência no *Welfare State* e na busca da realização privada. “O *happy end* é postulado pelo otimismo da felicidade, o otimismo da rentabilidade do esforço (é preciso que todo empreendimento nobre e heroico tenha sua recompensa aqui na Terra)” (ibidem, p. 97). Ao levar alimentos para as grandes apetências da alma, a concepção de felicidade da cultura de massa incita a um consumo não apenas material, mas da própria vida.

Não é de se espantar que, nesta conjuntura estético-realista robustecida ao longo das décadas, o *happy end* privado das biografias exemplares de autoajuda tenha tamanha repercussão. As histórias prontas de heróis comuns que chegaram ao final feliz saltam aos

olhos de uma indústria que fabrica justamente finais felizes, com o respaldo verosímil do “baseado em fatos reais”, que escapa do pieguismo das fábulas ficcionais. O espectador contemporâneo, carente de projeto de futuro, brada por contos de fada do cotidiano. Na tela, apesar do conteúdo de veracidade, não parecemos acompanhar histórias de pessoas de carne e osso, mas de ícones que simbolizam o triunfo da superação sobre a fixidez.

2.3.1 “À procura da felicidade”: a apoteose do sonho americano

O livro de memórias “À procura da felicidade” (“*The pursuit of happiness*”) foi escrito pelo *self-made-man* norte-americano Chris Gardner, nascido em 1954, em uma família desfavorecida e problemática de um bairro periférico de Wisconsin e atualmente considerado um mito em Wall Street. Gardner se viu envolto em um quadro circunstancial que o obrigou a morar nas ruas junto com seu único filho, Christopher, de apenas cinco anos. Os dois passaram quase um ano dormindo em abrigos e até em banheiros de estações de metrô, além de encarar filas para arranjar um prato de comida, sem nunca, contudo, sucumbirem ao aperto e à desesperança.

Mesmo depois de chegar ao fundo do poço e se transformar em um sem-teto, Gardner não desistiu de seu projeto de ascensão financeira: trabalhar na bolsa de valores de São Francisco. Bom em matemática, conseguiu uma vaga como estagiário não remunerado em uma corretora de ações, cresceu na empresa, montou seu próprio negócio, e, em 20 anos, transformou 21 dólares e 39 centavos em uma fortuna avaliada em torno de 600 milhões de dólares. Acabou comprando a Ferrari de Michael Jordan e hoje é milionário, empreendedor, filantropo e conferencista motivacional. Ele conta que escreveu o livro que se tornou *#1 best-seller* do New York Times e do Washington Post e foi traduzido para 14 idiomas para mostrar que a vontade e a dedicação pessoal superam quaisquer adversidades. “Meu sucesso é a prova de que, mesmo vindo de baixo, você pode alcançar todos os objetivos que traçar”, expressa o norte-americano em trecho da publicidade da obra. “O livro é uma inspiração para ajudar outros que têm ou tiveram o mesmo tipo de origem e de família que eu tive”, completa.

A história de Gardner ganhou as telas com o filme estrelado por Will Smith e seu filho Jaden, lançado em 2006. Gardner, como bom empresário, entrou como produtor executivo da fita, que arrecadou mais de 152 milhões de dólares em bilheteria pelo

mundo. Smith concorreu ao Oscar e ao Globo de Ouro pela sua atuação. O longa é eficiente em espelhar na tela o ethos do *american dream*, entendido como a igualdade de oportunidades e de liberdade em uma terra onde o trabalho individual perseverado pode levar qualquer indivíduo a alcançar o seu objetivo (Samuel Smiles sorriria, se me permitem o trocadilho infame). Não levianamente, já nos primeiros minutos do longa, surge na televisão Ronald Reagan, então presidente visto que a trama é ambientada nos anos 1980, culpabilizando em discurso os excessivos gastos governamentais pela crise que vigorava na economia. Notadamente, as reformas implementadas no país em seguida foram consideradas cruciais para resgatar o crescimento econômico: menos intervenção estatal, mais iniciativa privada.

Foi então que comecei a pensar sobre Thomas Jefferson na Declaração de Independência e da parte sobre o nosso direito à vida, à liberdade e à busca da felicidade. E eu me lembro de pensar como ele sabia colocar a parte busca lá dentro? Que talvez a felicidade é algo que só podemos perseguir e talvez possamos nunca realmente tê-la. Não importa o que aconteça. Como ele sabia disso? (*voz-over* de Gardner na abertura de “À procura da felicidade”)

Em diálogo com um executivo da firma de corretagem em que ele compete por uma colocação, Chris discorre com positividade sobre sua capacidade de fazer mais do que o esperado: “posso dizer uma coisa? Eu sou o tipo de pessoa que, se você me fizer uma pergunta e eu não souber a resposta, eu vou te dizer que não sei. Mas eu aposto com você que eu sei como encontrar a resposta e eu vou encontrar a resposta”. Como prova de sua tenacidade, ele monta, no intervalo de uma rápida corrida de táxi, o quebra-cabeça de um Cubo de Rubik, também conhecido como “cubo mágico” (ícone da década de 1980), o qual o executivo vinha há dias tentando encaixar as cores sem sucesso.

O último quadro de “À Procura da Felicidade”, como constata o crítico de cinema Rodrigo de Oliveira (2006), é o horizonte da cidade de São Francisco a partir do elevado de um morro, com a famosa ponte de Golden Gate ao fundo e as construções características da metrópole adornando a descida até o mar. Gardner percorre o mesmo bairro nobre que parecia muito longínquo de sua realidade, no princípio da fita, mas, desta vez, está imbuído por um sentimento de pertencimento. A prosa com o filho é cessado pelos letreiros de fundo preto e letras brancas que anunciam ao público que a felicidade – aquela perseguida desde o título do filme e prometida a cada sequência

através da geração de expectativa de um final feliz – é de fato alcançada pela dupla: depois de despontar na firma de corretagem de ações, Chris se torna empreendedor e hoje é o CEO da Gardner Rich & Company, milionária firma de corretagem com escritórios em Nova York e Chicago, além de São Francisco.

Neste meio tempo, na tela, o Gardner da ficção cruza com o Chris da vida real e ambos compartilham uma sensação de satisfação e de dever – e direito inalienável afirmado no documento de Declaração da Independência dos EUA: "*life, liberty and pursuit of happiness*" – cumprido. Enquanto o Gardner de mentirinha desce a ladeira, o verdadeiro ascende. Oliveira observa ainda que a última palavra dita em “À Procura da Felicidade”, já nos letreiros finais, é a pragmática e reta “dólares”. *Happy end*. Fim. A representação no filme da América como terra da perseguição do sonho e solo fértil para empreendedores como Gardner justifica toda uma cultura da autoajuda construída no país. A sua procura da felicidade é, na verdade, a procura pelo dinheiro. A narração em *voz-over* (fala que se sobrepõe à imagem, comentando-a) excessiva aproxima a fita “do dispositivo novelesco/jornalístico usado por Oprah Winfrey nas ‘reportagens da vida real’ de seu programa” (OLIVEIRA, 2006).



FIGURA 1 – O Gardner da ficção cruza com o Gardner da vida real na sequência final de “À procura da felicidade”

Em seu segundo *best-seller* certificado pelo New York Times, “Start where you are”, publicado em 2009, Gardner compartilha de modo mais pragmático sua filosofia de vida e enumera os passos para se conquistar uma vida gratificante e bem-sucedida. Em 2010, ele foi nomeado Embaixador da Procura da Felicidade pela ONG AARP (American Association of Retired Persons), que tem cerca de 40 milhões de membros em todo o mundo. Sua missão é compartilhar sua sabedoria penosamente alcançada para incentivar o público com mais de 50 anos de idade a se envolver em novos desafios.

A partir das conceituações de Rüdiger (2010) e Tucherman (2013), podemos pensar o filme “À procura da felicidade” como um produto de autoajuda inserido em uma direção que fomenta condutas por meio das quais os indivíduos procuram investir-se como sujeitos morais de uma diretriz pragmática e orientar-se com êxito, através da crença em seu poder pessoal, “nos terrenos de uma profissão, dos negócios, da família e do convívio social” (RÜDIGER, 2010, p. 19). Segundo esse nicho, o logro do sucesso na vida depende da habilidade de vencermos o descrédito em nós mesmos, descobrindo a força que existe em nosso íntimo mais recôndito para, conseqüentemente, atingirmos nossas metas como sujeitos sociais. A concepção de mundo dessa direção:

[...] caracteriza-se por uma composição dos preceitos utilitários do velho individualismo com os valores hedonistas e egocêntricos professados pelo individualismo democrático contemporâneo: isto é, representa uma espécie de utilitarismo terapêutico. Em graus diversos, constatamos nela o esforço por conciliar a procura do máximo de vantagens na conduta social legítima, que tipifica o utilitarismo, com a valorização do bem-estar consigo mesmo, defendido pelo racionalismo terapêutico (ibidem, p. 19)

A mensagem capital da fita é direcionada a todos que estejam disputando por uma vaga no mercado de trabalho: se você realmente quer alcançar um sonho, batalhe por isso. Na cena em que pai e filho jogam basquete, Gardner diz, em flagrante de seu desespero, que o menino não seria bom em basquete como ele também não pôde ser, repetindo para o rebento uma fala que é lugar comum entre os derrotistas que ele demonstra conhecer bem. Ao ver o efeito de desânimo e abatimento que seu discurso provoca no rosto do pequeno, Gardner, em tempo, se corrige: “nunca deixe alguém lhe dizer que você não pode fazer alguma coisa, nem mesmo eu. As pessoas não conseguem vencer e dizem que você também não vai vencer. Se você quer uma coisa, corra atrás. Ponto”. A apoteose do *self-made-man* está armada.

2.3.2 “Comer, rezar, amar”: seja heroína da sua própria vida

Pesquisas internacionais atestam que as mulheres consomem mais cultura que os homens: leem mais literatura, assistem a maior número de peças teatrais e filmes, visitam com mais frequência museus e exposições e são maioria nas plateias de apresentações de dança. As moças ainda compõem o grupo preponderante das cadeiras dos cursos de

humanidades. Nos EUA e no Brasil, por exemplo, elas superam os homens na leitura de ficção e de livros de aconselhamento, buscando principalmente histórias de amor, amizade e família, bem como aventuras que abordam espiritualidade, autoconhecimento e comportamento, como apontam psicólogos. Um estudo realizado no país em 2012 pelo Instituto Pró-Livro identificou como leitores 43% dos entrevistados homens e 57% das mulheres. Além disso, no mesmo diagnóstico, a figura da mãe foi apontada pelos participantes como a segunda maior figura incentivadora da leitura, atrás do professor (ou professora) e à frente do pai. Para esse público feminino e instruído, sobretudo, é que o relato autobiográfico “Comer, Rezar, Amar” (“*Eat, pray, love*”), de Elizabeth Gilbert, foi escrito em 2006.

Gilbert nasceu em Waterbury, em Connecticut, em 1969, e cresceu em uma pequena fazenda de sua família. Ela cursou ciências políticas na New York University, onde dividia seu tempo entre os trabalhos acadêmicos e a escritura de seus contos. Após a faculdade, passou vários anos viajando pelos EUA, trabalhando em bares e lanchonetes e coletando experiências para transformar em ficção. Sua bagagem de histórias compôs a base do seu primeiro livro, uma coletânea de contos chamada “Peregrinos”, de 1997. Durante seus primeiros anos em Nova York, Gilbert também trabalhou como jornalista para publicações como Spin, GQ e The New York Times Magazine. Foi finalista três vezes do The National Magazine Award, e um de seus elogiados artigos sobre suas peripécias como *bartender* no Lower East Side inspiraram o roteiro do longa-metragem “Show bar” (2000), dirigido por David McNally. Em 2000, Gilbert publicou seu primeiro romance, intitulado “Sobre homens e lagostas”, que narra a história de uma violenta guerra territorial entre duas ilhas remotas de pesca ao largo da costa do Estado norte-americano de Maine.

A autora ficou conhecida mundialmente, contudo, com o lançamento de seu livro não-ficcional de memórias, “Comer, rezar, amar”, que relata em primeira pessoa a sua viagem sozinha por diferentes destinos à procura de consolo emocional após um divórcio conturbado. Categorizado na seção de “biografias e memórias”, o livro figurou na lista dos mais vendidos do New York Times por mais de um ano, além de ter sido eleito como um dos cem melhores livros de 2006 pelo mesmo veículo e escolhido pela Entertainment Weekly uma das melhores obras de não-ficção daquele ano. Traduzido para 36 idiomas, o livro vendeu dez milhões de exemplares pelo mundo, o que possibilitou Gilbert ser

apontada, em 2008, pela revista Time como uma das cem pessoas mais influentes do planeta. Além disso, o *best-seller* originou o roteiro do filme homônimo, estrelado por Julia Roberts e Javier Bardem, em 2010, e orçado em 60 milhões de dólares.

Também em 2010, a escritora publicou uma continuação para “Comer, rezar, amar”, batizada de “Comprometida” e ambientada depois do retorno de seu ano sabático, explorando seus sentimentos ambivalentes sobre a instituição do casamento. Atualmente, Gilbert vive na pequena cidade ribeirinha de Frenchtown, em New Jersey, onde ela e seu marido, José Nunes, mais conhecido como “o cara brasileiro de ‘Comer, rezar, amar’”, comandam uma loja de importações chamada “Two buttons”³²

Segundo a editora Objetiva, que traduziu “Comer, rezar, amar” no Brasil, a obra, dividida em 3 partes, cada uma envolvendo um dos atos do título e ambientada em um país diferente, é voltada “para qualquer um que já tenha se sentido perdido, ou pensado que deveria existir um caminho diferente, e melhor” – afinal, quem nunca? Apesar de não ser expressamente um livro de aconselhamento, o texto apresenta ideias de autoconhecimento e de aperfeiçoamento contidas na mensagem de que cada um é responsável por sua própria felicidade, tornando-o um produto de autoajuda, como a própria Gilbert admitiu³³. É portanto uma narrativa inicialmente literária e depois cinematográfica sobre a importância de assumir responsabilidade pelo próprio contentamento e parar de viver conforme os ideais da sociedade, que toca o público contemporâneo, composto por atores individualizados e engajados no governo de si (EHRENBURG, 2010). Nas palavras da própria escritora para divulgação da obra: “seja heroína da sua própria história”.

O livro foi roteirizado para o cinema por Jennifer Salt e Ryan Murphy (criador da comédia musical “Glee”), que também dirigiu a fita. A obra, no entanto, só chegou às telas com a aprovação exigente de Gilbert, presença constante no *set* de filmagens, garantindo que nenhum detalhe ficasse sem a sua aprovação – algo raro para a maioria

³² Informações retiradas do site oficial da escritora, disponível em: <http://www.elizabethgilbert.com/>. Acessado em outubro de 2014.

³³ Em entrevista à revista brasileira de comportamento feminino “Cláudia”, Gilbert falou: “Não tenho medo da palavra autoajuda ou da ideia de aperfeiçoamento. Todos nós deveríamos nos autoajudar (risos). Não quer dizer que queira escrever livros do gênero pelo resto da vida, mas fiquei feliz de fazer aquele [Comer, rezar, amar]”. Disponível em: <http://mdemulher.abril.com.br/cultura/reportagem/livros/elizabeth-gilbert-abre-mao-best-sellers-autobiograficos-lanca-livro-ficcao-791909.shtml>. Acessado em outubro de 2014.

das adaptações literárias para os cinemas –, e, conseqüentemente, descartando uma interpretação mais livre da obra ou mesmo uma redefinição do sentido da experiência das personagens por parte dos realizadores (XAVIER, 2003). A fita foi desenvolvida de modo a colocar em relevo trechos que seriam de maior receptividade junto ao público feminino do livro, na opinião dos produtores (entre eles ninguém menos que Brad Pitt). As falas mais importantes da narradora da obra foram transformadas em diálogo ou em *voz-over*; recurso demandado demasiadamente ao longo da fita com o propósito de aproximar o espectador dos conflitos internos e das tomadas de decisão da protagonista.

Eu tenho uma amiga Deborah, uma psicóloga que foi perguntada pela cidade da Philadelphia se ela poderia prestar serviço de aconselhamento psicológico para um grupo de refugiados do Camboja, que havia chegado recentemente na cidade. Ela ficou intimidada com a tarefa. Esses cambojanos sofreram com genocídio, tortura, fome, parentes mortos diante de seus olhos, anos em campos de refugiados, viagens de barco para o Ocidente onde pessoas morreram e seus corpos foram jogados para os tubarões – como ela poderia relacionar-se com o sofrimento deles? Como ela poderia ajudar essas pessoas? [...] Adivinhe então o que essas pessoas quiseram falar com a minha amiga Deborah, a psicóloga? Era só: eu conheci esse cara no campo de refugiados, eu pensei que ele realmente me amasse, mas, quando nós nos separamos no barco, ele ficou com a minha prima, mas agora ele diz que realmente me ama e fica me ligando. Eles estão casados agora, o que eu faço, eu ainda amo ele. [...] É assim que nós somos (*voz-over* de Liz na abertura do filme “Comer, rezar, amar”)

Frases autorreflexivas e conselhos imperativos ajudam a personagem de Liz, uma mulher cuja a autoconfiança é acometida pela decepção e intimidada pelo remorso, a compreender a si mesma através de uma modalidade de fala terapêutica: “eu preciso mudar” (Liz); “estou cansada de esperar constantemente por alguma coisa” (Liz); “eu estou cheia de mim mesma; “eu quero maravilhar a mim mesma” (Liz); “perdoe a si mesma” (Richard para Liz); “acredite no amor de novo” (Richard para Liz); “você me curou” (Liz); “vamos atravessar para o outro lado” (Liz). Segundo a jornalista do Chicago Reader, Andrea Gronvall (2010), o roteiro do filme é “dolorosamente enfadonho”. Ela completa: “[...] somente os fãs *hard-core* de Oprah serão capazes de digerir essa contemplação do próprio umbigo, que postula o consumismo do “eu primeiro” como o

caminho para a felicidade”³⁴.



FIGURA 2 – Liz pedala sozinha em Bali, última parada de sua jornada

Os fracassos no casamento de anos e depois no namoro rápido com um homem mais novo – ambos apresentados e resolvidos no primeiros 30 dos 133 minutos de filme – só servem para reforçar que Liz esteve, durante muito tempo, afastando-se de si mesma, de sua essência. Seu grande conflito se situa na dúvida entre sentir-se independente e no seu desejo de sentir-se amada. Antes de partir, ela reflete sobre sua vida para a amiga e editora Delia (Viola Davis), avaliando ter passado a maior parte dos seus dias, até então, com um homem ou em processo de deixar um homem. Por isso, logo em seu primeiro destino, Roma, ela experimenta pela primeira vez ser solteira (“*sono sola*”, diz com seu sotaque de italiano para principiantes). Mas, no seu último destino, Bali, ela se apaixona pelo brasileiro Felipe (Bardem), e o filme chega finalmente ao seu clímax ao colocar a seguinte questão ao público: será que os sentimentos de Liz por Felipe irão levá-la a abandonar a autossuficiência que tinha sido a meta da sua jornada? Ela decide se entregar às incertezas de um novo amor – decisão com um fundo de propósito terapêutico –, e o filme termina com a fórmula da comédia romântica.

Em divergência ao nicho mercadológico de “À procura da felicidade”, podemos pensar “Comer, rezar, amar” como parte de um tipo de autoajuda que combina as ações através das quais o sujeito contemporâneo comum busca habituar-se com os seus

³⁴Trecho retirado do site do “Chicago Reader”, disponível em: <http://www.chicagoreader.com/chicago/eat-pray-love/Film?oid=2157933>. Acessado em janeiro de 2015.

obstáculos íntimos decorrentes de ter chegado a se constituir como um “eu individual” (RÜDIGER, 2010, p. 18) e com os impasses em aceitar a si mesmo irrompidos com a abstração social do indivíduo verificada na modernidade. Aproximada de um certo “misticismo terapêutico” (ibidem, p. 19), seguindo sua trajetória atualmente entre aqueles que perseguem a chamada “nova consciência” (pautada no espiritualismo, no humanismo e nas religiões orientais) e são simpatizantes do movimento New Age, essa direção de aconselhamento incita os seus adeptos a apreciar a tranquilidade consigo mesmos, através de práticas de autoconhecimento.

A racionalidade em que ela se baseia fundamenta-se na figura típico-ideal de um indivíduo que não busca o sucesso social, nem a salvação coletiva, mas a consecução de um sentimento de bem-estar consigo mesmo, o suprimento de suas necessidades imediatas e a resolução dos conflitos íntimos que perturbam o funcionamento regular do cotidiano de sua subjetividade (ibidem, p. 19)

Não é por acaso que o livro de Gilbert é dividido em três partes, cada uma delas com 36 capítulos, formando ao todo 108 capítulos, que repetem a estrutura de contas do colar para rezas hindu chamado de “japa mala”, que originou o terço cristão – coincidentemente, ou não, a escritora tinha 36 anos à época do lançamento. Faz parte da sua busca encontrar algum sentido em sua vida com relação a Deus. Na mistura de ciência e religião, misticismo e realismo, as tradições orientais se enquadram como uma luva porque partem de uma visão de mundo não cartesiana.

O japa mala tradicional é formado por 108 contas. Nos círculos mais esotéricos de filósofos orientais, o número 108 é considerado muito auspicioso, um perfeito múltiplo de três, com três dígitos, cuja soma de algarismos dá nove, que, por sua vez, é três vezes três. E o três, é claro, é o número que representa o equilíbrio supremo, como qualquer pessoa que já tiver estudado a Santíssima Trindade ou um simples banco de bar pode ver sem dificuldade. Como esse livro todo fala do meu esforço para encontrar equilíbrio, decidi estruturá-lo como um japa mala, dividindo a história em 108 relatos, ou contas. Essa seqüência, por sua vez, está dividida em três partes: Itália, Índia e Indonésia – os três países que visitei durante esse ano de busca pessoal (trecho do livro “Comer, rezar, amar”)

A virtude de empreender a sua própria felicidade é justamente o instrumento de heroísmo eficiente de Liz. Em meados do filme, ela diz ser uma mulher em busca de uma

“palavra”, uma identidade, ao passo que, ao término de sua saga, ela finalmente encontra a sua expressão: “*atraverssiamo*” (algo como “cruzar para o outro lado” em português). O mais curioso é que a personagem tem apenas 31 anos – apesar de ser interpretada por Julia Roberts que, à época que o filme foi gravado, tinha 42 –, o que antecipa em quase duas décadas a famosa crise de meia-idade que o cinema adora explorar.

2.4 Liderança e retórica de adesão do personagem *coach* em “Um sonho possível”

A relação do arquétipo do herói com o arquétipo do seu mentor é, por certo, a mais explorada pelos *blockbusters* motivacionais. De acordo com os manuais, de início, o herói teme enfrentar o desconhecido, recusando o chamado para a mudança, também denominado de “incidente incitante” (MCKEE, 2006). Algo então faz-se necessário para motivá-lo. O incentivo pode ser algum episódio desafiador, uma reflexão mais profunda ou um conselho do mentor.

No caso de “Comer, rezar, amar”, a fita começa com a visita de Liz a Ketut Liyer, curandeiro indonésio de nona geração responsável pela previsão que mudou a sua vida. “Você viverá muito tempo [...] Perderá todo o seu dinheiro [...] Não se preocupe, vai recuperar tudo e retornará a Bali, e então vou lhe ensinar tudo o que sei”, preconiza Ketut. É a profecia do guru oriental, um autêntico “aconselhador-pastoral” (TUCHERMAN &CAVALCANTI, 2013), que a leva a arriscar tudo e a embarcar em sua jornada. Já no caso de “À procura da felicidade”, quando Chris Gardner estava no fundo do poço, com apenas 21,35 dólares no bolso e um *scanner* de ossos portátil para vender, ele vê um homem estacionar sua Ferrari vermelha, cede sua vaga a ele e lhe diz: “só tenho duas perguntas: o que você faz? E como faz?”. O homem, insuflado de um caráter de “aconselhador-treinador” (ibidem), responde ser um corretor da bolsa de valores. “Você precisa ter feito uma faculdade para isso?”, pergunta novamente Chris. “Não. Basta ser bom com números e com gente. Só isso”, completa o desconhecido. Ele arremata com uma piada sobre o carro, e os dois riem, parecendo se afinarem muito bem apesar das condições financeiras bastante opostas. Ao olhar para aqueles que entram e saem da corretora, Cris divaga: “todos parecem ser tão felizes”.



FIGURA 3 – Liz ouve as previsões do curandeiro Ketut (esquerda) e Gardner se sente motivado pelo sucesso do dono da Ferrari vermelha (direita)

No roteiro, a função do mentor é orientar e preparar o herói com informações e equipamentos necessários para a sua “jornada”. O mentor, porém, só pode acompanhar o herói até certo ponto, depois disso o herói deve seguir sozinho.

Outra função importante do arquétipo do Mentor é motivar o herói e ajudá-lo a vencer o medo. Muitas vezes, basta o presente para lhe transmitir confiança e motivação. Em outros casos, o Mentor mostra algo ao herói, ou arruma as coisas de tal modo que ele fica com vontade de agir e se lança à aventura. Em alguns casos, o herói está tão relutante ou temeroso que deve ser empurrado à aventura. Um Mentor pode ter que dar um leve pontapé na bunda do herói, para que a aventura, enfim, se desenvolva (VOGLER, 2006, p. 65)

Da mesma forma que aprender é uma importante função do herói, ensinar ou treinar é uma função-chave do mentor. Entre algumas das manifestações desse arquétipo, estão: sargentos, instrutores, professores, guias, pais, avós e treinadores de boxe velhos e rabugentos (ibidem). O mentor, assim como um perito, ensina truques e apresenta novos caminhos, mas, em filmes contaminados pelo utilitarismo racionalizado da cultura da autoajuda, o arco dramático de superação dos protagonistas depende, sobretudo, do empreendedorismo de si do próprio herói.

Em “Um sonho possível” (“*The blind side*”), o diretor John Lee Hancock, que roteirizou a fita a partir do livro baseado em uma história real escrito por Michael Lewis – redator da revista *Vanity Fair* e autor de vários outros livros de não-ficção, entre eles o também esportístico “*Moneyball: the art of winning an unfair game*” também levado às telas –, já nos minutos iniciais esclarece aos espectadores que a produção se vale excessivamente do ímpeto esportivo. Amparado por cenas verídicas de futebol americano e pela narração em *voz-over* de Sandra Bullock de algumas regras do jogo, a fita logo

antecipa as lições que só o esporte pode nos dar, como foco, motivação e espírito de equipe. Segundo o crítico Roberto Cunha (2009), do site Adoro Cinema, o que se apreende de modo evidente é que o sucesso indiscutível nos Estados Unidos tem, ao menos, um pressuposto inegável: a paixão pelo *football*. Ao longo do filme, treinadores verdadeiros da NFL (*National Football League*) participam de algumas sequências interpretando a si mesmos com intuito de gerar humor. A bandeira *yankee* entra em quadro em momentos-chave da produção.

Com efeito, “Um sonho possível” é, sobretudo, um filme sobre superação a partir do esporte. Conta a fábula verídica de Michael Oher (Quinton Aaron), mais conhecido como Big Mike, um jovem negro, nascido em um bairro pobre e violento de Memphis, no Tennessee, com pai morto e mãe viciada em craque. Oher passa a infância em diversos lares e frequenta, aos trancos e barrancos, 11 escolas diferentes. Seu destino começa a mudar quando o casal Leigh Anne, vivida por Bullock, e Sean Tuohy, interpretado pelo astro da música *country* Tim McGraw, encontra o rapaz sozinho na neve, caminhando em direção ao ginásio do colégio para tentar se aquecer. Eles convidam o jovem a entrar no carro e o levam até a sua casa.

A família branca típica do subúrbio de classe alta americano acolhe Big Mike, então com 16 anos, acreditando em seu potencial. Em fragmento de diálogo dramático do filme, Big Mike diz: “nunca tive um lugar assim para dormir”. Leigh Anne então lhe pergunta: “um quarto só seu?”. O adolescente então responde: “não, uma cama”. Com a ajuda do treinador de futebol americano, Coach Cotton (Ray Mckinnon), que convence a escola particular cristã a aceitar o rapaz potencialmente atlético, e de, principalmente, Leigh Anne, Oher, um adolescente tímido e introvertido, ganha força física e passa a se dedicar intensamente aos treinos, tornando-se rapidamente uma promessa no esporte, disputado por diferentes olheiros das principais universidades do país. No vocabulário do esporte de contato bruto, *the blind side* significa o lado cego do *quarterback*, mas também serve ao filme como alegoria para a pobreza escondida por debaixo do tapete pela sociedade americana.

Com função dramática de mentora de Big Mike, Leigh Anne, uma loira madame do sul preconceituoso dos Estados Unidos, assume no filme a tarefa de ser uma *coach*, ou treinadora neste caso, de Big Mike, desenvolvendo a autoestima, liberando o potencial e trabalhando com as características individuais do jovem (seu *coachee*) para a melhor

performance do time (TUCHERMAN &CAVALCANTI, 2013). Como um bom líder-*coach* que, de acordo com Tucherman e Cavalcanti (2013), é duro em suas convicções, mas assume a derrota para si e divide os louros entre todos, ela é a grande responsável por transformar Big Mike em uma estrela do futebol americano. Quando o treinador oficial do time parece não fazer a coisa certa, ela liga para ele no meio do jogo para orientá-lo: “chega de jogadas ensaiadas. Faça eles correrem”. *Coaches* desse tipo têm o objetivo de encorajar e motivar os seus aconselhados a atingir seus objetivo, ensinando novas técnicas que facilitem o aprendizado.

Como observa o crítico A.O. Scott (2009), do The New York Times, quando Leigh Anne fica sabendo por um teste psicológico que Michael tem um instinto de proteção excepcionalmente forte, ela usa essa informação para impulsionar as habilidades do rapaz de *offensive tackle* – a posição do jogador mais forte da linha ofensiva de uma equipe de futebol americano. A função do *tackle* é bloquear os adversários, protegendo o *quarterback* – líder da linha ofensiva do time – dos oponentes invisíveis (o tal *blind side*). Para ajudar Big Mike a entender essa lógica, Leigh Anne, cuja persona segura de si não sofre alterações ao longo filme, nem experimenta deslizes de dúvida, culpa ou egoísmo, intervém com uma sentença infantilizadora: “esse time é a sua família, Michael. Você tem que protegê-lo. Tony é seu *quarterback*, proteja a retaguarda dele. Ao olhar para ele, pense em mim”. Assim sendo, magicamente, o rapaz compreende tudo – nesse ponto do filme, chegamos, inclusive, a desconfiar que Big Mike tenha algum problema mental, algo jamais mencionado no livro. A mensagem da fita é que a única esperança para uma criança negra pobre nos EUA é ser adotada por pais brancos ricos e se dedicar ao esporte.



FIGURA 4 – Mãe adotiva e *coach*, Leigh Anne ensina as regras do futebol americano para Big Mike

Big Mike acaba optando por jogar pelo Ole Miss Rebels, equipe da Universidade do Mississippi, o que acarreta em uma investigação da NCAA, órgão que coordena o esporte universitário nos EUA. Como o casal Tuohy havia estudado na universidade, a instituição levanta a suspeita de que a adoção de Michael poderia ter sido consumada somente para que o rapaz fosse para o time do coração de Leigh Anne e Sean. Ainda para mais, quinze dias depois da aceitação do jogador, o técnico de Oher no colégio, também ex-aluno da Universidade do Mississippi, é chamado para trabalhar na faculdade. Os Tuohy foram inocentados da acusação, mas o treinador acabou tendo que pagar uma multa.

Em 2012, seis anos após o lançamento do livro e três anos depois da estreia do filme, Big Mike resolveu contar a sua própria versão dos fatos e lançar a sua autobiografia – com a ajuda do renomado jornalista Don Yaeger (ex-editor da Sports Illustrated) –, intitulada “Eu venci as probabilidades: de sem-teto para The Blinde Side e além” (“I beat the odds: from homelessness to The Blind Side and beyond”). Entre outros esclarecimentos, Oher tenta apagar a imagem ilustrada no livro e perpetuada no longa-metragem de que era um iniciante no esporte quando o casal Tuohy o adotou. Em “Um sonho possível”, ele contou a sua história para Lewis, mas em “Eu venci as probabilidades” a primeira voz prevalece em um texto sobre como o atleta, atual *offensive*

tackle do Baltimore Ravens, pensa de verdade. Em passagem extraída da sua autobiografia, Oher escreve:

Quando criança, sempre senti que Deus tinha um plano especial para mim. Agora eu sei qual é. Não era me tornar um jogador profissional; era para que eu fosse um exemplo para as crianças iguais a mim que sentem falta de uma pessoa em suas vidas. Ele quer me usar para mostrar a todos que qualquer um pode ser bem sucedido, não importa quem eles sejam ou qual sua história. Precisei confiar no plano e ser ativo nele, parte real para fazer acontecer. Tive que acreditar que era possível mesmo quando não parecia, e me dedicar mesmo que aparentemente fosse em vão (trecho do livro “I beat the odds: from homelessness to The Blind Side and beyond”)

Com orçamento de 29 milhões de dólares, o filme faturou mais de 300 milhões de dólares no *box-office* pelo mundo e também se tornou sucesso de crítica, o que lhe rendeu muitas premiações, especialmente para Bullock. Ela foi indicada a oito prêmios e ganhou seis deles, incluindo o Globo de Ouro de Melhor Atriz de Drama e o tão almejado Oscar de Melhor Atriz. O longa se tornou o filme mais rentável protagonizado por uma mulher – o recorde anterior era de “Uma linda mulher”, protagonizado por Julia Roberts, que, curiosamente, foi convidada a interpretar Leigh Anne, mas recusou o papel –, até o lançamento da franquia “Jogos vorazes”, em 2012.

2.5 Cinema transcendental: um fenômeno brasileiro chamado “Nosso Lar”

No advento da segunda década do século XXI, o cinema brasileiro comercial começou a saborear um “levante espírita”³⁵. Lançados em 2010, as fitas "Chico Xavier" e "Nosso Lar" levaram juntos mais de sete milhões de pessoas aos cinemas, convertendo-se em dois dos dez filmes mais assistidos daquele ano no país. Dois anos antes, “Bezerra de Menezes – O Diário de um Espírito”, dirigido por Glauber Filho e estrelado por Carlos Vereza, já havia pavimentado o percurso ao vender mais de 500 mil ingressos, apesar da distribuição reduzida. A Globo Filmes identificou o potencial de mercado do burburinho

³⁵ Os espiritualistas são seguidores do conjunto de doutrinas organizado em meados do século XIX pelo pedagogo francês Hippolyte Leon Denizard Rivail, conhecido como Allan Kardec.

a respeito do filme e rapidamente se associou à Estação da Luz, produtora independente cearense que realizou “Bezerra de Menezes”, no desenvolvimento da cinebiografia “Chico Xavier”, dirigida por Daniel Filho.

Nas três produções citadas, o médium mineiro Chico Xavier, morto em 2002, é referencia explícita. Conhecido como um dos maiores divulgadores do espiritismo no Brasil, Xavier psicografou cerca de 450 livros, tendo vendido mais de 20 milhões de exemplares, feito esse que lhe alçou ao título de escritor brasileiro de maior sucesso comercial da história, apesar dele sempre ter cedido todos os direitos autorais dos livros para instituições de caridade. Indicado ao Nobel da Paz duas vezes (em 1981 e 1982) e escolhido o “Mineiro do Século XX” em concurso promovido pela “Globo Minas” (superando Juscelino Kubitscheck e Pelé), Chico segue tendo forte apelo popular e midiático em um país considerado a maior nação espírita do mundo, com cerca de 30 milhões de simpatizantes, segundo dados da Federação Espírita Brasileira (FEB). O centro que fundou, em Uberaba, Minas Gerais, é uma espécie de santuário à sua memória, sendo frequentado diariamente por dezenas de devotos de vários pontos do país.

Em boa medida, o tema da espiritualidade, requalificado no contemporâneo através de novas abordagens da fé (que abrangem mesmo a fé sem religião), parece se articular com o estilo do discurso da autoajuda (TUCHERMAN & DE PAULA SANTOS, 2014) pela lógica pragmática do imperativo de bem-estar. O curioso é que, cada vez mais, a experiência da fé vem sendo destacada “como ingrediente da boa administração do ‘fenômeno mental’ contemporâneo” (ibidem, p. 3) pela ciência moderna (que já manifestou sua “fé na fé”); a saber o assunto é atualmente uma das pautas preferidas de revistas de curiosidade científica como “Superinteressante” e “Saúde é Vital”.

Essa aproximação é também observada em livros de aconselhamento de sucesso, a exemplo do pragmático e cientificista “O Segredo”, que, como já vimos, ao defender o “pensamento positivo”, não fez mais do que falar de fé (ibidem), além das obras “Jesus, o maior psicólogo que já existiu”, “Deus cura a dor” e “O poder da personalidade de Jesus” (Sextante), de autoria do californiano Mark Baker. Teólogo e psicólogo, Baker é conhecido por apresentar um tratamento original da relação entre ciência e religião, amarrando os principais ensinamentos do Filho de Deus às descobertas mais atuais da psicologia. Ademais, programas da TV do país, como “Na fé” (Discovery Brasil) e

“Viver com fé” (GNT) procuram desvendar as variadas religiosidades que cada brasileiro alimenta em si (ibidem).

Além disso, é possível constatar um enorme crescimento da presença religiosa na vida social, especialmente no Brasil, onde, na primeira década do século XXI, houve, segundo dados do IBGE³⁶, um aumento em 61,45% do número de evangélicos (pentecostais e neopentecostais), cuja presença na mídia televisiva do país é marcante e cuja pregação também parece se aproximar ao fraseado da autoajuda. Segundo o antropólogo Ronaldo de Almeida, em artigo para o *Le Mode Diplomatique Brasil*³⁷, de novembro de 2011, na paisagem urbana brasileira, igrejas neopentecostais próximas aos principais terminais de transporte público, sempre de portas abertas e com cultos em vários horários do dia atraem indivíduos que não pretendem estabelecer vínculos comunitários e pessoais consistentes, configurando uma “religiosidade de passagem”, bem ajustada aos fluxos urbanos. “Trata-se de uma religiosidade muito mais centrada na pregação do pastor (também vista individualmente em casa, pela televisão) do que no fortalecimento das relações horizontais entre os frequentadores dos cultos” (ALMEIDA, 2011).

O pesquisador também destaca, nesse mesmo cenário, a expansão do catolicismo carismático, principalmente entre jovens de áreas urbanas. Padre Marcelo Rossi (tão conhecido por sua atuação espetacular na difusão da fé católica), Padre Fábio de Melo (o sacerdote boa pinta que já vendeu mais de 2 milhões de CDs), *Renovação Carismática*³⁸ e *Canção Nova*³⁹ são alguns dos exemplos mais notórios da revitalização católica, ainda que a autodeterminação “católico não praticante”, sempre tão popular no Brasil, venha perdendo espaço para a determinação “sem religião”. Todavia, parte dessa reação católica deve-se justamente à semelhança dos carismáticos com os evangélicos no dogma da conversão, na execução dos ritos, na investida emocional, nas projeções morais, nas ações

³⁶ Em 2000, cerca de 26,2 milhões se disseram evangélicos, ou 15,4% da população. Em 2010, eles passaram a ser 42,3 milhões, ou 22,2% dos brasileiros. Em 1991, o percentual de evangélicos era de 9% e, em 1980, de 6,6%.

³⁷ Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1045>. Acessado em janeiro de 2015.

³⁸ *Renovação Carismática* é um movimento da Igreja Católica surgido na década de 1960, nos EUA, por influência do Movimento Carismático da Igreja Episcopal Protestante, que se espalhou por todo o mundo ao procurar oferecer uma abordagem contemporânea às formas tradicionais de doutrinação e dos ritos do catolicismo.

³⁹ *Canção Nova* é uma comunidade católica brasileira fundada por Jonas Abib em 1978 com sede na cidade Cachoeira Paulista, em São Paulo, que segue as linhas da *Renovação Carismática*.

sociais, nas filiações comunitárias e nos planos de desenvolvimento. Assim, conclui Almeida, “[...] a expansão da religiosidade evangélica não se dá somente na atração de católicos, mas também por dentro do catolicismo” (ibidem). Logo, a crença religiosa de muitos cidadãos brasileiros tem assumido, pouco a pouco, nuances evangélicas.

Sobre essa observação, recordemos que a dramática Copa do Mundo de 2014, ambientada em solo nacional, foi marcada por postagens dos jogadores da nossa seleção no Twitter e no Instagram sobre aprimoramento individual e superação de obstáculos, muitas delas com agradecimentos a Deus e citações de versículos bíblicos. *Hashtags* como *#Deusnocomandosempre*, *#Deusémaravilhoso*, *#Deusabencoeatodos*, *#DeusAcimaDeTudo* e *#fé*, utilizadas por cristãos como Neymar, David Luiz, Fred e Hulk, tornaram-se bastante populares à época da competição, disseminando uma mensagem positiva que reforçava a imagem de “bom moço” de alguns jogadores e o quadro de “espírito de equipe” da Família Scolari, como era chamado o elenco de atletas comandado pelo técnico Felipão.

Ademais, o mercado editorial de autoajuda cristão também está em franco crescimento. Recentemente, diversos autores evangélicos passaram a escrever livros destinados ao público que busca respostas para temas relacionadas a finanças, medos e traumas, mas que não conseguem encontrá-las na Bíblia – se a “ajuda do alto”, como alguns fiéis costumam chamar, não funciona, recorra a autoajuda. O segmento movimenta cerca de 550 milhões de reais por ano no mercado de livros no país, de acordo com estimativas da Asec (Associação de Editores Cristãos), responsável pela organização da Flic - Feira Literária Internacional Cristã desde 2012. Segundo projeção do IBGE, o nicho evangélico corresponde a 30% da população, que lê cerca de sete livros por ano – o dobro da média brasileira. Enquanto editoras de grande porte já têm selos voltados ao setor, como Ediouro (Thomas Nelson) e Novo Século (Ágape), outras menores especializadas, como Bom Pastor, Betânia, Vida e O Mundo Cristão, vêm ganhando espaço ao publicarem grandes autores internacionais, bem como os pastores e escritores pátrios.

Entre as biografias recentes de destaques do segmento está “Nada a perder - Do coreto ao Templo de Salomão: a fé que transforma” (Planeta), terceiro e último volume das memórias do Bispo Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, presente em mais de 100 países, e proprietário da Rede Record. Lançado em outubro de 2014, “Nada a perder v.3” se tornou em poucas semanas a obra de não-ficção mais

vendida do ano no país, com mais de 550 mil exemplares comercializados. No *ranking* geral do período, a obra foi a segunda mais comercializada no Brasil, atrás apenas da ficção “A culpa é das estrelas”, do americano John Green. Somados, os três volumes da biografia do maior pregador brasileiro já têm mais de 3 milhões de exemplares vendidos.

Já “Kairós” (Principium), do Padre Marcelo Rossi, foi o terceiro livro da lista de “autoajuda e esoterismo” mais vendido em 2014 e sexto no ranqueamento geral, segundo dados da revista *Veja*. Com prefácio do padre Fábio de Melo, que também figura no *top 20* com “Quem me roubou de mim” (Planeta) e “O discípulo da madrugada”, a obra parte da palavra grega *kairos*, que significa algo como o “momento certo”, para falar sobre o tempo de Deus em oposição a *khronos*, o tempo cronológico, ou o tempo dos homens.

A enorme popularidade da doutrina kardecista, terceiro maior grupo religioso do país, proporcionou o desenvolvimento do próspero filão cinematográfico espírita em território nacional. Laura Cánepa (2013) sublinha que, nestas fitas, há referências manifestas à tradição espírita no Brasil, aos seus nomes mais notáveis e aos seus principais textos. Com exemplo do filme “Nosso Lar”, chegou a haver até entrega de panfletos informativos sobre o *best-seller* nas bilheterias das salas de cinema (CÁNEPA, 2013). Além disso, tais produções procuram justamente adaptar para as telas escritos conhecidos, bem como escalar para seus elencos atores associados ao teatro espírita, popular em todo o país, como foi o caso da contratação do protagonista de “Nosso Lar”, Renato Prieto, que já estrelou um grande número de peças espíritas (*ibidem*) e que, para o filme, fez uma preparação de seis meses, emagrecendo 18 quilos para encarnar o personagem André Luiz. Outros atores de televisão mais conhecidos do grande público e devotos espíritas declarados, como Ana Rosa e Paulo Goulart, também costumam ser escalados.

Criador da Estação da Luz Filmes, que, depois da cinebiografia “Chico Xavier”, lançou, em 2011, “As mães de Chico Xavier” (Glauber Filho e Halder Gomes) e “Área Q” (Gerson Sanginitto), o produtor Luiz Eduardo Girão explanou, em entrevista ao Portal IG, que os longas-metragens espíritas compõem o que ele chama de “cinema transcendental”, gênero auspicioso em um mercado de entretenimento já consolidado onde escritores espiritualistas como Zíbia Gasparetto, Chico Xavier, Alan Kardec e Divaldo Pereira Franco vendem milhões de volumes. “[...] todos esses autores têm livros maravilhosos, *best-sellers* que são roteiros quase prontos para o cinema”. Nessa esteira,

foi criado por Girão o Festival de Cinema Transcendental, que, em 2014, completou quatro edições, se consolidando no calendário cultural de Brasília como cena para a projeção de produções audiovisuais sobre o gênero. Antes disso, o produtor já havia fundado a Mostra de Teatro Transcendental em 2003.

Adaptação do primeiro volume da série “A vida no mundo espiritual”, psicografado por Xavier em 1944 e considerado o maior clássico da literatura espírita nacional, com distribuição que já supera a marca de 1,6 milhões de volumes, “Nosso Lar” alia espetáculo cinematográfico, melodrama e pregação religiosa (ibidem) para transmitir, sob o ponto de vista do espírito do médico sanitarista André Luiz, impressões sobre o mundo espiritual pós-vida. Após desencarnar, André Luiz passa um tempo no Umbral, uma espécie de purgatório para os espíritas, até que é resgatado e levado para “Nosso lar”, uma colônia de apoio onde os espíritos aprendem a evoluir até o momento de reencarnar. Em suas palavras psicografadas no livro, que assim como um típico manual de autoajuda é estruturado em 50 capítulos curtos, de no máximo três páginas, André Luiz revela: “Nosso Lar é uma colônia-cidade, habitada por homens e mulheres, jovens e adultos, que já se desvencilharam do corpo físico”.



FIGURA 5 - André Luiz passa pelo Umbral depois de morrer (esquerda), mas é resgatado para a colônia de apoio Nosso Lar após algum tempo (direita)

Orçada em R\$ 20 milhões – uma das produções mais caras da história do cinema brasileiro –, a fita contou com os auxílios luxuosos do fotógrafo suíço Ueli Steiger (“O dia depois de amanhã” e “10.000 a.C”), da equipe canadense da Intelligent Creatures para os efeitos especiais (“Watchmen” e “Hairspray”) e do badalado compositor Philip Glass

(“O show de Truman” e “As horas”), que assinou a trilha sonora. Foi lançada em 435 salas de cinema, número recorde até então para uma estreia de cinema nacional e digno de um *blockbuster*, e teve mais de quatro milhões de espectadores.

Segundo Cánepa (2013), outra característica desse movimento de filmes é o fato deles aparentemente não estarem preocupados com filiação a gêneros independentes do assunto religioso. Seu objetivo autodeclarado é dialogar com fiéis e curiosos sobre a religião. O crítico de cinema Érico Borge (2010), do portal Omelete, destaca que “personagens professorais” como Lisias (o ajudante de serviços gerais do Ministério da Regeneração), Clarêncio (ministro que resgata André Luiz do Umbral) e Anacleto (governador da cidade de Nosso Lar) somente aparecem em cena para explicar, como *coaches* espirituais, como André Luiz deve rever seus antigos comportamentos e aprender a desligar-se do seu passado através de autocontrole emocional. Logo, a dramaticidade se torna “pano de fundo para um filme de reafirmação e disseminação da doutrina espírita” (BORGO, 2010). A pouca ação dramática, contudo, é intencional do gênero, segundo Girão.

As pessoas nesse mundo maluco em que a gente vive estão cada vez mais precisando de boas notícias, de algo que preencha suas almas, seus espíritos, que traga inspiração. É uma tendência natural seguir histórias de amor além da vida, de tolerância, compaixão, de que o amor vale a pena (trecho retirado de entrevista concedida por Girão ao portal IG)⁴⁰

Falas como “Quem reclama tem tempo de sorrir?”, “Toda forma de servir é uma bênção”, “Quantos anos são necessários para reconstruir um instante?” e “Sempre há tempo de recomeçar” completam a mensagem de narração de parábolas e receitas de pílulas para uma transformação espiritual do ser-humano, a partir da realização do bem, quase como uma função social. No site oficial do filme, é ainda possível fazer um *tour* virtual por cada um dos seis ministérios da cidade, fundada no século XVI por portugueses que desencarnaram no Brasil. Presididos por um governador, são eles: regeneração, comunicação, auxílio, elevação, união divina e esclarecimento.

⁴⁰ Disponível em: <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/filmes-aumentam-movimento-em-centros-espíritas/n1300019881588.html>. Acessado em novembro de 2015.



FIGURA 6: Chefe dos ministérios, Othon Bastos vive o governador da colônia espiritual, onde todos vestem branco

Além disso, a abominação ao suicídio é um dos fios condutores centrais de “Nosso Lar”, posto que André Luiz passa pelo purgatório como consequência de seu “suicídio inconsciente”, como chamam os espíritas, já que, mesmo sem a intenção de tirar a própria vida, ele morre devido a ausência de cuidado com a sua saúde – um “imprudente biológico”, como poderíamos classificá-lo a partir do conceito analisado no primeiro capítulo de Rose. No caso de “As mães de Chico Xavier” (2001), a pregação é assumidamente contra o aborto visto que o longa-metragem é dedicado às crianças vítimas de aborto provocado. Com roteiro adaptado do livro “Por trás do véu de Ísis”, escrito por Marcel Souto Maior (também autor da biografia de Chico Xavier que inspirou o filme de Daniel Filho), o filme tem por objetivo, nas palavras de Girão, levar uma “mensagem do bem” à população, desaconselhando práticas de uso de drogas, suicídio e aborto. Com orçamento de R\$ 3,8 milhões, a fita chegou às salas com distribuição de 400 cópias e apoio promocional da Rede Globo e do Telecine.

Com efeito, o gênero também faz sucesso na TV aberta. Há algumas décadas, as novelas da Rede Globo vêm explorando o tema mediúnico. Em “A viagem” (1975 e 1994), a mais marcante delas, a dramaturga Ivani Ribeiro assumiu ter tido o livro “Nosso Lar” como referência base para contar a história de amor transcendental entre Otávio e Diná. Os sucessos das duas versões da novela fizeram com que a venda de livros sobre espiritismo aumentasse significativamente em solo nacional, segundo informações

levantadas à época por livrarias especializadas. Outros títulos da grade do canal como “Alma gêmea”(2005), “O profeta” (2006) “Escrito nas estrelas” (2010) e “Amor eterno amor” (2012) mantém o filão em alta – todas essas do horário água-com-açúcar das 18h.

E “Nosso Lar 2” vem aí. O *blockbuster* nacional ganhará uma sequência, inspirada no livro “Os Mensageiros”, também psicografado por Xavier. Na trama, com nova direção de Assis, acompanharemos o retorno de André Luiz à Terra, tocando no tema da reencarnação. A data de lançamento da continuação ainda não foi divulgada.

2.6 Entre os muros da escola: do mestre Thackeray ao coach Carter

Podemos concluir, em relação aos filmes presentes no *corpus* da pesquisa analisados até aqui, que, além da figura do herói voluntário, a alegoria do mentor *coach* eclode com eficácia, norteando os comportamentos dos protagonistas e encorajando suas capacidades e competências. Assim, o “aconselhador-pastoral”, que nos banha na aura de sua sabedoria, surge nas vertentes de guru oriental (“Comer, rezar, amar”) e de ministro espiritual (“Nosso Lar”), enquanto o “aconselhador-treinador”, que nos ensina a sermos dinâmicos e contemporâneos, aparece revestido de corretor de Wall Street (“À procura da felicidade”) e na experiência de *winner* do mundo do esporte (“Um sonho possível”). Advindos de domínios diferentes, o terapeuta, o *coach*, o guru e o pastor parecem igualmente servir de bússola para os nossos dramas do presente.

Com efeito, no drama esportivo edificante⁴¹ de 2005 “Coach Carter - Treino para a vida” (“*Coach Carter*”), baseado em fatos reais, as funções do mentor e do herói se misturam, e o *coach* é o protagonista da vez, como bem indica o título. Dirigido por Thomas Carter e estrelado por Samuel L. Jackson, o filme trata a história do dono de uma loja de artigos esportivos, Ken Carter, que aceita o desafio, como bom esportista e empreendedor, de treinar durante quatro meses a equipe derrotada de basquete de sua antiga escola, situada em uma área pobre de Richmond, Califórnia – na última temporada, o time ganhara apenas quatro de 26 partidas. Graças ao esporte, Carter se tornou um atleta conhecido, cursou uma universidade com bolsa e obteve estabilidade como profissional

⁴¹ Expressão usada por Eduardo Scorel em crítica ao filme “Whiplash” (2014), disponível em: <http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/questiones-cinematograficas/geral/whiplash-elogo-ao-sadismo-e-a-humilhacao>. Acessado em janeiro de 2015.

bem-sucedido.

Ao iniciar o novo trabalho, ele surpreende alunos e professores ao impor um duro regime de treinamento, em que os jogadores do time deveriam assinar um contrato que abarcava, entre outras cláusulas, comportamento respeitoso, boas notas em todas as disciplinas obrigatórias e o uso de terno e gravata nos dias das partidas. Sob a batuta de Carter, em pouco tempo, o time desponta, tornando-se invicto em um campeonato da sua categoria, e os jogadores começam a ganhar fama, chamando a atenção de olheiros de universidades. Mas, ao tomar conhecimento que o desempenho de seus atletas dentro das salas de aula está insatisfatório, Carter toma uma atitude polêmica, interrompendo os treinos e suspendendo os jogos até que as notas dos rapazes melhorassem.

Diante de um quadro em que apenas 50% dos alunos do colégio completavam o segundo grau e somente 6% deles ingressavam em uma universidade, Carter consegue, graças a sua medida impopular de estímulo ao estudo de seus jogadores, formar todos os garotos da sua equipe no ensino médio e levar a grande maioria deles para o ensino superior, financiados por bolsas para alunos-atletas. Por meio de disciplina e normas rígidas, o treinador mostra aos seus jogadores que eles podiam mudar suas perspectivas, transpassando a realidade de pobreza e violência em que foram criados, como o próprio Carter conseguira superar em sua juventude. Aliás, o seu exemplo de vida é o que garante credibilidade ao seu papel de líder. Ele transforma jovens dispersos e sem motivação em uma equipe, que passa a encarar a vida como um treino de basquete, com metas. Por meio de estratégias de *assessment*, apura as competências de seus atletas para conhecê-los com maior eficiência, estimulando o autoconhecimento gerido. Como um legítimo *coach*, Carter tem o objetivo de maximizar o desempenho de seu alunos – um tanto clientes ao assinarem o contrato – e motivá-los a atingir um objetivo claro: vencer no basquete para vencer na vida.



FIGURA 7 – Já no primeiro dia de treino, Coach Carter estabelece que os jogadores devem assinar um contrato para poderem jogar no time de basquete

Em clara demonstração de crise da figura do educador tradicional, que entra na sala de aula e apresenta no quadro o conteúdo aos alunos, Carter fala aos seus pupilos que não é um professor, mas sim um treinador. Sua pedagogia se traduz na fala: “se chegarem atrasados, vão correr. [...] se prontarem, vão fazer flexão”. O “preço de saída”, como ele denomina, é de 50 lances livres convertidos ao final de cada treino. Ainda que autoritário, Carter partilha com toda a equipe as glórias e os fracassos. “Somos um time. Se um luta, todos lutam. Se um vence, todos vencem”, discursa o técnico ao grupo.

Herdeiro do desmantelamento do Estado de bem-estar social, Carter age por si, desfilado de qualquer instituição. Sendo assim, suas decisões operam contra o sistema de ensino público estadual, apresentado como omissivo ao exigir apenas média 5 para os alunos. O treinador passa a requerer notas 5,75 como mínimo para seus jogadores fazerem parte da equipe. “Se eles falharem, nós falhamos”, dispara contra a medrosa diretora da escola. Sua medida de suspender os jogos é levada ao conselho da instituição, que reage contra a determinação do treinador. Após pedir demissão, Carter é convencido a ficar na equipe por seus atletas, que já começam a reconhecer em si mesmos os vantajosos efeitos profissionais e pessoais do *coaching*.

Como nos demonstra “Coach Carter”, apesar do “surto do aconselhamento” (BAUMAN, 1998) reiterado aqui mais uma vez, o princípio da autoridade que transfere o conhecimento está atualmente em crise, bem como a legitimidade da verdade, o que obviamente se reflete na escola com o colapso do prestígio do professor, entre outros descompassos. Essa problemática fica evidenciada, como fisga Sibilía (2012), no

conjunto de questões levantado pelo filme francês “Entre os muros da escola”, de 2008, em que alunas denunciam um professor e pedem uma punição para ele de peso semelhante as que costumam receber por ele tê-las chamado de “ordinárias”. “Mas vocês têm que entender que eu sou o professor, é assim e pronto!”, replica o educador rançoso. Está em descrédito, portanto, como mencionamos no capítulo anterior, a figura pastoral secular do professor (VAZ, 2014), antes enxergado como mestre.

Para efeito de comparação de época, integramos à análise o filme “Ao mestre, com carinho” (“*To sir, with love*”), de 1967, protagonizado por Sidney Poitier. James Clavell dirigiu e escreveu o roteiro, baseado na semi-autobiografia homônima de E.R. Braithwaite. A fita conta a história de Marc Thackeray, um engenheiro negro que não consegue arrumar emprego em sua área e decide lecionar para alunos indisciplinados em uma escola pública da periferia de Londres. Sem um objetivo específico, preparo pedagógico ou didática estruturada, Thackeray não enxerga a escola como um fim, mas como um meio de embutir valores e preparar os jovens para a vida e não para o mercado de trabalho. Ele decide incentivar nos alunos o gosto pela cultura e pela história, convidando-os a visitar um museu, programa esse que, até em tão, eles nunca haviam feito.



Figura 8 – Thackeray leva seus alunos indisciplinados ao museu

Ambientado às vésperas do movimento de maio de 1968, data simbólica do início da crise de rigidez do poder disciplinar e da insurreição do corpo massacrado pelos

mecanismos de ortopedia social, como diagnostica Foucault (2014), “Ao mestre, com carinho” ainda apresenta a escola como ambiente basilar de socialização para a realização individual em escala coletiva de uma cultura letrada (SIBILIA, 2012, p. 210). Vencido um bloqueio inicial, os alunos do Sr. Thackeray, indivíduos modernos que já começam a se defrontar com a urgência de um projeto de liberdade, têm seus clamores de ajuda atendidos, entregando-se de corpo e mente aos ensinamentos do mestre a quem passam a reverenciar. Como um bom “pastor secular da alma” (VAZ, 2014, p. 9), Thackeray os ampara na escolha do caminho correto, orientando seus desejos. “Esses pastores sabiam não apenas o que era a verdade, mas também a verdade de cada um, reunindo em seu ser, portanto, a legitimidade da verdade, o rigor da autoridade e o desvelo de quem cuida” (ibidem, p. 9).

A hora chegou/ de fechar os livros e os últimos olhares
devem acabar/ E enquanto eu saio/Sei que estou
deixando meu melhor amigo/ Um amigo que me
ensinou o certo e o errado/ o fraco e o forte/ É muito
para aprender/ O que eu posso lhe dar em troca?/ Se
você quisesse a lua eu poderia tentar / mas eu preferiria
que você me deixasse te dar meu coração/ Ao mestre,
com carinho/ (trecho traduzido da música tema do filme
“Ao mestre, com carinho”)⁴²

Como mencionado anteriormente, esse modelo escolar tradicional está em colapso, se o entendermos a partir da perspectiva de uma tecnologia de época, um aparelho historicamente configurado dentro do projeto do capitalismo industrial (do século XIX e parte significativa do XX). Hoje, em nosso globalizado e multicultural século XXI, esse dispositivo se converteu em uma instituição obsoleta (SIBILIA, 2012). Derrubados os pilares disciplinares de repressão, o capitalismo se intensificou, reconfigurando-se sobre os novos regimes de fluxos em uma reformulação moral de incitação ao gozo, de estimulação. Trabalho e lazer se embaralharam, e hoje competências pessoais antes freadas pela ética protestante, como criatividade, originalidade,

⁴² No original: “The time has come/ for closing books and long last looks must end/ And as I leave/ I know that I am leaving my best friend/A friend who taught me right from wrong/ and weak from strong/ That's a lot to learn/ What, what can I give you in return/ If you wanted the moon I would try to make a start/ but I would rather you let me give my heart/ To Sir, with love”.

espontaneidade e proatividade, passaram a ser valorizadas nos ambientes laborais. Se a opressão das paredes vem caindo – e está justamente aí a crise do modelo tradicional de escola – a cobrança da redes vem se edificando (ibidem).

Uma das consequências dessa sofisticação da disciplina através do relaxamento da moral e distribuição do controle é que, como demonstram Luc Boltasnski e Ève Chiapello em “O novo espírito do capitalismo” (2009), as últimas décadas foram circunscritas pelo esgotamento das ordens convencionais e das relações hierárquicas, propagadas como autoritárias tanto no ambiente industrial quanto no doméstico, e pelo crescimento das demandas relacionadas à autonomia. Nessa conjuntura, a direção hierárquica acaba sendo convertida, sempre que possível, em comandos voltados a levar os sujeitos a fazerem por si mesmos, sob o efeito de uma ilusão de decisão voluntária e autônoma. “[...] os “executivos” devem transformar-se em “inspiradores”, em “*coaches*” ou em “líderes”, cuja marca é formular “visões” entusiasmantes que façam as pessoas agirem por si mesmas pois já não é legítimo coagi-las” (BOLTASNKI & CHIAPELLO, 2009, p. 464; grifo do autor).

Franco Ferraz (2014) nos lembra que nos anos 1960 um popular programa brasileiro de televisão chamado “O céu é o limite” aferia os conhecimentos variados e enciclopédicos de seus participantes em um jogo de perguntas e respostas. Segundo a pesquisadora, para o contemporâneo homem avaliado o céu não é mais o limite porque parece não haver mais barreiras, balizas ou fronteiras para se topar. “Não há mais céu” (ibidem, p. 5). Nesta disparada insana e sem repouso, os indivíduos podem e devem estar inquietantemente estimulados para sempre ir mais além. Suas posições estão em avaliação permanente em escalas de performance continuamente atualizadas. No mundo acadêmico, o modelo de avaliação seguiria a mesma lógica de impulsionar uma “economia do conhecimento” (ibidem, p. 11) – como bem sugere o recurso “Google Acadêmico”, que ranqueia os trabalhos mais “relevantes” a partir de sua tecnologia de classificação –, cujo valor está nos ritmos e nas leis do mercado.

Não obstante, a escola ainda se conserva no núcleo da produção de subjetividade de crianças e adolescentes. Resta-nos problematizar a maneira pela qual ela exerce esse papel no contemporâneo. Com efeito, como nos mostra “Coach Carter”, a lógica produtivista e empresarial adentrou o ensino escolar. Com sua bagagem esportiva do esquema do *winner&loser*, o treinador é muito mais apto que o professor atualmente a

preparar os jovens estudantes para a cultura da performance e do desempenho (EHRENBERG, 2010; LIPOVETSKY, 2007). O treino do *coach* vale mais do que o carinho ao mestre, já que os esportistas são, afinal, os novos estandartes de disciplina, determinação e ousadia com resultado.

Depois do debute do filme, o Ken Carter da vida real lançou a sua autobiografia, intitulada “Coach Carter: my life”, para contar a sua história de sua própria perspectiva, além do livro “Yes ma’am, no sir: the 12 essential steps for success in life”. Hoje, ele roda o país com suas palestras motivacionais. Na mesma linha, o especialista em *coaching* e em literatura de autoajuda Allan Percy apresenta no livro “Pensar com os pés”, 50 frases de nomes como Cruyff, Guardiola, Mourinho, Ronaldo Fenômeno, David Beckham e Zico. A obra busca ensinar como pôr em prática a filosofia dos grandes técnicos e jogadores. Por aqui, biografias exemplares de orgulhos canarinhos como o ex-jogador e atual técnico da seleção masculina de vôlei Bernardinho (“Transformando suor em ouro”) e o empreendedor de expedições marítimas Amyr Klink (“Mar sem fim”) vendem que nem água.

Em boa medida, ao esboçar um balanço entre as conjunturas históricas dos anos 1960 e da primeira década do século XXI, é factível identificar como cada um desses períodos engendra em seus discursos uma projeção determinada de valores políticos, culturais e econômicos distintos.

Neste segundo capítulo, realizamos uma breve incursão teórica nas estruturas narrativas cinematográficas contemporâneas de entretenimento, ponderando a dialética da obra como discurso sintomático e a sociedade como contexto explicativo. Com estrutura narrativa convencional e popular e ancorados em um vigente movimento de retorno a uma estética realista, os filmes que compõem o repertório de análise desta pesquisa incitam o espectador a ser empreendedor de sua própria felicidade. Estruturadas como ferramentas de motivação, essas fitas se apresentam como lições pragmáticas para se alcançar sucesso profissional, autoconhecimento, performance e espiritualidade, enfim, estar adequado ou adequada às exigências do contemporâneo.

Conjuntamente, relacionamos os protagonistas das fitas em questão, que apresentam alto caráter de comunicação e apelo social, com a noção de herói, fichada

pelos manuais de roteiro cinematográfico americanos, desde a década de 1980, como aquele que mais age no filme, ultrapassando obstáculos e conquistando metas. Além disso, comparamos a figura do *coach*, líder que identifica e potencializa os atributos individuais de seu assessorado e cuja gênese imediata é vinculada ao mundo dos esportes, com o personagem arquetípico do mentor presente nos filmes pesquisados. Também percorremos como o tema da espiritualidade, recomposto no contemporâneo, se relaciona com os procedimentos de linguagem da autoajuda.

No próximo capítulo, analisaremos a identidade contemporânea representada no cinema de autoajuda, compreendendo como as emoções se transformaram em uma nova forma de capitalismo, que tem como bandeira fulcral a abertura a novas e proveitosas conexões. Exploraremos como os protagonistas dos filmes do *corpus* empírico da pesquisa, influenciados pela linguagem da literatura de aconselhamento, inserem-se na lógica de monetarização do emocional e de racionalização das relações íntimas em um cenário de instabilidade dos desejos e insaciabilidade das necessidades. Por fim, o vínculo do amor será apontado como uma potente forma de resistência aos relacionamentos calculados e isentos de risco.

CAPÍTULO 3: Dos vínculos às conexões: a identidade contemporânea no cinema de autoajuda

3.1 Notas sobre o capitalismo afetivo-conexionista

As relações pessoais se converteram hoje em novas formas de capital (capital social), posto que estabelecer interações hoje, bem como conhecer o maior número de pessoas possível, são emblemas fundamentais para o “capitalismo connexionista”, conceito cunhado por Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009) para designar o novo mundo concebido em rede, onde os indivíduos têm como preocupação natural o desejo de conectar-se com os outros, de relacionar-se e de estabelecer elos para não ficarem isolados. Marcado pelo desaparecimento das fronteiras entre a esfera do interesse e a do desinteresse, esse novo capitalismo tem como característica a realização do lucro que perpassa todas as atividades em rede, motivando uma mudança tanto da relação com o dinheiro quanto da relação com o trabalho.

Enquanto no mundo mercantil o produto é desvinculado das pessoas e estabilizado por convenções ou padrões que garantam sua qualidade - esse é o papel das marcas (Eymard-Duvernay, 1989), no mundo connexionista o produto, que circula precariamente separado das pessoas, é transformado pela relação. Num mundo mercantil, a transação assiste à formação de um preço, mas não modifica as qualidades do produto nem as dos agentes da oferta e da demanda que preexistem ao contato. No mundo connexionista, ao contrário, os elos são úteis e enriquecedores quando têm o poder de modificar os seres que entram em contato (ibidem, p. 165)

Neste sentido, os autores apontam a formação progressiva de uma “cidade por projetos”, como referência ao mundo flexível constituído por projetos múltiplos dirigidos por pessoas autônomas, criativas e inovadoras (e cujo quadro é esboçado pelos autores de gestão empresarial). A grande figura desse modelo é ativa: toma a iniciativa dos compromissos e sabe abraçar riscos para conectar-se, firmar contatos sempre novos e repletos de possibilidades. Não se deixa, contudo, amarrar por esquemas rígidos cujos efeitos poderiam fazê-la perder a oportunidade de conexões vantajosas, nem se deixa apanhar em uma malha de responsabilidades com os outros ou com organizações das

quais teria de se incumbir. Pelos mesmos motivos, o grande sujeito desse painel também propende a não se deixar aprisionar pelas instituições, com todos os tipos de atribuição que isso acarreta (ibidem). Em cálculo desempenhado por Sennet (2012), há alguns anos, o trabalhador médio americano troca de empresa pelo menos onze vezes durante a sua história e muda sua competência básica no mínimo outras três ao longo de quarenta anos de vida útil. No Vale do Silício, oásis do progresso mundial, a duração de um contratado não costuma passar dos oito meses.

Logo, o homem conexcionista é “proprietário de si mesmo”, no escopo de ser “produto de seu próprio trabalho sobre si mesmo”, expandindo ao ponto extremo o sentido de “posse”, que esteve na origem da concepção liberal da propriedade (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p 192). Com o surgimento da “cidade por projetos”, disseminam-se as indústrias que cuidam da autoimagem: da moda à saúde, passando pela dietética e a cosmética, até chegar à indústria do desenvolvimento pessoal, em franca ampliação, que, aqui retomada, seguiu a recomposição dos sistemas empresariais, com a emergência de novos profissionais, como o *coach*.

Com efeito, a noção de propriedade se desassocia da incumbência em relação a outrem para ser determinada estritamente como um compromisso em relação a si próprio. Cada indivíduo deve ser produtor de si mesmo, responsável por seu corpo, sua imagem, seu êxito, seu futuro (ibidem). Afinal de contas, vivemos em uma sociedade avaliada pelo controle distribuído, na qual o corpo é constituído como visibilidade, híper-exposto como imagem. Com a subjetividade empreendedora gerindo a vida do indivíduo descoletivizado, não há limites para o aperfeiçoamento possível. Todas as nossas escolhas passam a ser mediadas pela indagação: o que me agrega mais valor?

A separação entre vida privada e vida profissional tende a apagar-se como resultado de duas combinações no capitalismo conexcionista. De uma parte, a conjunção indissociável pelo prisma da competência entre as virtudes da pessoa e os atributos de sua força de trabalho e, de outra, a mescla da posse de si mesmo (pessoal) com o capital social. Assim, a constante incerteza que hoje afeta a relação com o outro é engendrada pelo fim da diferenciação entre relações consideradas até então como do domínio da vida afetiva pessoal e relações profissionais que podiam ser situadas sob o signo do que é vantajoso. Nessa conjuntura, a natureza das relações que podem ser mantidas com o outro sofre um desarranjo crucial que advém da contradição entre, por um lado, o requisito de

adaptabilidade e mobilidade em um contexto flexível em que os indivíduos se modificam ao saber das situações que encaram e, por outro, a exigência de autenticidade, que implica conectar-se pessoalmente e despertar confiança (ibidem).

Ora, se a busca do lucro continua como horizonte fundamental para a formação dessas relações, segue-se uma confusão bastante perturbadora da distinção entre relação de amizade e relação de negócios, entre comunhão desinteressada de interesses comuns e perseguição de interesses profissionais ou econômicos. Como saber se um convite para jantar, se a apresentação de um amigo querido, se a participação numa discussão é gratuita ou interesseira, contingente ou planejada? E como distinguir os momentos do dia ou do ano dedicados ao trabalho dos momentos de lazer, a vida privada da profissional? (ibidem, p. 460)

Na mesma trilha, Illouz enxerga no credo psicológico – bem como na literatura de autoajuda, na indústria do aconselhamento, no Estado, na indústria farmacêutica e na tecnologia da internet – uma das chaves para pensar o que ela chama de “capitalismo afetivo”, cultura na qual “os afetos se tornaram entidades a ser avaliadas, inspecionadas, discutidas, negociadas, quantificadas e mercantilizadas” (2011, p. 155). Apesar de conter uma promessa psicológica e política de felicidade, a ideia de autorrealização foi central para o emprego da psicologia como um sistema de saber abalizado e para a penetração de repertórios de mercado na esfera privada, vide a lógica dos sites de relacionamento na internet, que introduziram no campo dos encontros românticos os princípios do consumo de massa, como economia de abundância, eficiência e racionalização.

Segundo a socióloga, no tempo da psicologia e da internet, o estilo afetivo é crucial para a maneira como as pessoas adquirem redes fortes e fracas. A maior dificuldade cultural está justamente em saber se transportar de volta da esfera do estratégico para a do afetivo. Ao passo que a *web* gera perspectivas inéditas de sociabilidade e contato (não o do toque mas o da comunicação), ela suga-lhes as receitas afetivas e corporais que desde sempre lhes manteve protegido.

Tudo leva a crer que o capitalismo tenha tângido uma nova etapa, superando sua característica industrial que requeria um *self* fracionado em dois e que, portanto, movia-se com facilidade do domínio econômico das “interações estratégicas”(eu) para o domínio afetivo das “interações domésticas” (eu + outro). A sério, o funcionamento intrínseco do capitalismo contemporâneo é distinto: além do repertório cultural de custos e benefícios

do mercado ser agora empregado em quase todos os diálogos privados e domésticos, também parece ter ficado cada vez mais complexo passar de um registro de ação econômico para outro romântico (ibidem).

Assim, a lógica do “encontro rápido” prospera a partir da ambição patente de potencializar o tempo e o rendimento, dirigindo-se para os cidadãos de modo bastante categórico e restringindo a comunicação a um panorama temporal sistemático e reduzido. De acordo com Illouz, esse raciocínio compõe um desenho preciso do que Ben Agger designa de “*fast capitalism*”, noção que teria como características a compactação do tempo com o propósito de expandir a eficiência econômica e a erosão das fronteiras entre espaços e tempo privados e públicos pela tecnologia capitalista – nessa concepção, esses dois aspectos se embaralham rigorosamente (apud ILLOUZ, 2011, p. 123).

3.2 A *mise en scène* do protagonista sem vínculos

Efetivamente, este cinema que estamos discutindo é sintomático de uma época na qual a biopolítica e a cultura somática alicerçam nossas subjetividades, construídas e alterdirigidas para o olhar do outro e sustentadas por uma moral hiperconsumista de incitação ao prazer. No contexto sociocultural vigente, marcado pela insegurança e pela fragmentação dos alicerces que ancoravam a modernidade, a identidade individual segue rota livre, arcando pelas consequências de uma descomedida liberdade que já não mais se escora nos antigos laços sociais e tampouco na salvaguarda do “projeto de vida” simbolizado pela lógica da poupança. Surge, nesta cultura da fugacidade arenosa, a figura chamada por Bauman (1998) do “acumulador e colecionador de sensações”, alguém que persegue obstinadamente viver experiências novas e cada vez mais intensas.

Com efeito, o sociólogo frisa a crescente procura pelo que ele batiza de “comunidades guarda-roupa”, conjuradas a existir, mesmo que somente na aparência, no tempo em que dura o espetáculo e imediatamente dispersadas quando a plateia recupera seus casacos nos cabides (como fazem os frequentadores de um teatro ao final da sessão, por exemplo). O benefício em comparação com a “coisa genuína”, como ele diz, é justamente a breve duração de seu intervalo de vida e a fragilidade do engajamento exigido para integrá-las e usufruir delas. Quando a qualidade é falha ou ineficaz, a nossa tendência é buscar resgate na quantidade. Assim, a rigidez insuficiente de uma identidade

escolhida de uma vez por todas é suplantada por uma “rede de conexões”; logo estar em movimento não é mais uma questão de escolha (regalia ou êxito), mas um imperativo (um *must do*) (BAUMAN, 2005).

Como já apontara em “Amor líquido”, Bauman formula que após o “homem sem qualidades”, de Robert Musil, irrompeu o “homem sem vínculos” contemporâneo, que divide nossas opiniões à medida que “viver livre de vínculos”, ou seja, em relacionamentos “sem compromisso”, é algo que, a um só tempo, ambicionamos e receamos. “Não voltaríamos atrás, mas nos sentimos pouco à vontade onde estamos agora. Estamos inseguros quanto a como construir os relacionamentos que desejamos. Pior ainda, não estamos seguros quanto ao tipo de relacionamentos que desejamos...” (ibidem, p. 69).

Outro importante pensador da identidade contemporânea, José Gil (2004) escreve, em consonância com as ideias de Bauman, sobre a ilusão de movimento e de liberdade que vivemos ao nos investir e desinvestir nas pequenas coisas, nos conectar e nos desconectar uns com os outros. Ao se referir às consequências da hiperestimulação dos corpos em seu país de origem, Portugal, que atravessou anos de ditadura, Gil fala de uma “não-inscrição” em nossos corpos das coisas (outros corpos, eventos), que passam mas não chegam a nos afetar efetivamente, não se apegando a nada e fazendo-se impenetrável a laços longevos de pertencimento e afeto. “E assim se vai, de uma tarefa a outra, de um empreendimento a outro, de um afeto a outro, de um pensamento a outro. Sempre saltitando, em trânsito permanente para parte alguma” (2004, p. 52). Essa não-inscrição estaria ligada também à precariedade de discussão no espaço público, inclusive no campo da crítica cultural e artística, onde sempre se ficaria na superfície. “Já não é um espaço de possíveis, mas a circulação de *zombies*” (ibidem, p. 121).

Pois bem, ao abandonar tudo no início da fita – um marido, uma casa, uma carreira bem-sucedida –, determinada a viver novas experiências em lugares diferentes do mundo por um ano, Elizabeth, de “Comer, rezar, amar”, desvincula-se do seu passado e almeja para o seu porvir ligações que não a tirem de seu objetivo principal: o verdadeiro prazer da gastronomia na Itália, o poder da oração na Índia e a paz interior na Indonésia. A protagonista espelha o colapso de esferas em que a sensação de pertencimento era costumeiramente devotada (como o trabalho, a família, o bairro) e que hoje são desmerecedoras de confiança, de maneira que já não silenciam o anseio pelo convívio

nem aliviam o pavor de ficar sozinho ou ser abandonado (BAUMAN, 2005). Com facilidade de desengajamento e de rompimento, ela passa a prescindir da importância do outro em sua jornada individual de autorrealização, onde os demais indivíduos são apenas coadjuvantes.

O primeiro vínculo desfeito pela moça é o matrimonial. Quando o filme se inicia, Liz e seu marido Stephen (Billy Crudup) acabaram de montar uma casa confortável e fazem planos de passar alguns dias em Cancun, no México. Na cama, porém, ele diz: “eu não quero viajar”. Ao que ela, com a mesma entonação, lhe replica: “eu não quero estar casada”. No dia seguinte, ela se muda para o apartamento de uma amiga, desligando-se de sua casa, que ela entrega, no contrato de divórcio, para o ex. Uma noite, ela vai ao teatro assistir a uma peça de sua autoria e se encanta por David (James Franco), ator que interpreta o personagem principal e faz alterações no texto que ela escreveu. Eles começam um relacionamento que não vai adiante. Assim como Stephen, David lamenta a separação, mas Liz decide seguir a profecia do guru Ketut, desfilando-se por fim de seus compromissos de trabalho. Ela armazena todos os pertences de uma vida em um *self-storage* (armazenamento próprio), prática muito comum nos Estados Unidos desde a década de 1960. O filme começa a partir desse ponto, com Liz flexibilizada tanto geograficamente como em estado de espírito.

O vínculo conjugal é também desfeito pelo *self-made-man* Chris Gardner, de “À procura da felicidade”. Logo no começo da fita, a relação de Chris com sua esposa Linda (Thandie Newton) é apresentada em crise. Depois de fracassar no negócio de venda de um equipamento hospitalar denominado “Medidor Portátil de Densidade Óssea”, supostamente promissor já que ele investira todas as suas economias para ser o único em São Francisco a possuir a franquia para o comércio do *scanner*, a Senhora Gardner, que mata-se de trabalhar em dois turnos de um emprego formal para sustentar a família, revolta-se com os problemas financeiros do marido autônomo, culminando em seu pedido de divórcio. Ela decide partir, abandonando o companheiro e o filho, e não ouvimos mais falar sobre ela no filme. “Quer ser corretor de ações? Por que não astronauta?”, questiona a mulher com escárnio ao marido sonhador em uma de suas últimas brigas. Neste ponto da trama, consideramos que o laço parental de Chris com seu filho, o pequeno Christopher, não pudesse ser rompido para preservar a empatia do público com o protagonista.

Chris é desde os minutos iniciais do filme mostrado como um empreendedor desencorajado por sua esposa pessimista, que o incitava a desistir de seus projetos audaciosos. No entanto, mesmo quando o sucesso parecia improvável, ele não se abatia com as derrotas. “Linda, você é fraca”, conclui para a esposa. Com boa lábia e alma dinâmica, tinha iniciativa, persistência e jogo de cintura para driblar os contratemplos, características essenciais de um bom empreendedor. Sempre que percebia que um trabalho não estava dando resultado, tentava fazer de outro jeito ou partia para uma nova empreitada aparentemente mais vantajosa. O medíocre não lhe bastava.

A flexibilização e a precarização do trabalho na contemporaneidade, como levantamos no primeiro capítulo, podem ser constatadas na fita através da vaga de estágio não remunerado em uma importante corretora de ações, que Chris conquista depois de desbancar vários concorrentes. Mesmo após ser despejado de seu apartamento e de não ter mais onde dormir, ele opta por arriscar-se em seis meses de trabalho desassalariado e sem garantias para só ao final obter a grande resposta: contratado. Além disso, Cris não tem amigos. Sua rede de contatos é composta apenas por clientes em potencial. O Estado só aparece para lhe cobrar. Através de uma carta, a Receita Federal lhe comunica que retirou determinada quantia de sua conta bancária para o pagamento de impostos.

Também crítico ao Estado, encarado como uma instituição que não cumpre aquilo que promete, “Coach Carter”, por sua vez, está em combate ao sistema de ensino público negligente e faltoso, que permite que os jovens de classes mais baixas se envolvam no mundo do crime (Timo Cruz), sejam pais ainda na adolescência (Kenyon Stone) ou saiam do colégio semianalfabetos (Junior Battle). Através do filme, vemos como uma pessoa pode, sem a ajuda do governo, mas com determinação e esforço que tangem à conserva de uma estrutura neoliberal, mudar a sua vida para melhor. Devido à persistência do treinador do time de basquete, os jovens alunos-atletas conseguem perceber a importância de uma formação acadêmica. Todos se diplomam no ensino médio, e alguns deles conseguem ingressar em universidades com bolsas de estudo.

O ensino público também é problematizado em “Um sonho possível”. Depois de frequentar 11 escolas estaduais diferentes, a sorte de Big Mike só começa a mudar quando ele ingressa em uma escola particular cristã, por insistência do treinador de futebol americano, manifestamente entusiasmado pelas competências atléticas do rapaz. Mike já começa o filme com seus laços familiares desmantelados. Seu pai está morto, e sua mãe é

viciada em craque. Sob a custódia do Estado, ele dorme de favor no sofá da sala de um conhecido. Ainda que à margem da sociedade e marcado por tragédias domésticas, o rapaz é povoado por uma bondade excepcional e por um elevado “instinto de proteção” – em um teste de aptidão escolar, ele atinge 98% nessa categoria. Em determinado ponto da trama, Leigh Anne reconhece que a grande qualidade de Mike é sua capacidade de esquecer o passado, de não odiar ninguém. Sem vícios e flexível, ele está pronto para ser modulado pela sua *coach*-guardiã legal, comprometendo-se com a aprendizagem contínua que ela lhe transmite.

A capacidade de esquecer também é a ênfase de “Nosso Lar”, que retrata a conversão espiritual de André Luiz, que, até a sua morte, manteve uma vida de “excessos” na Terra. Logo no início do filme, os vínculos são arrancados à força do médico sanitário no momento de seu falecimento precoce – família, casa e emprego. No além-vida, ele tem que mostrar toda a sua capacidade de seguir adiante, de se superar, sem amarrar-se aos antigos laços privados. Primeiro, sofre por anos na zona purgatória do Umbral, depois é levado para a colônia espiritual Nosso Lar como oportunidade de se redimir. Lá, desencarnado, ele tem que aprender a importância do exercício do amor e da caridade ao próximo, prática fortemente associada aos seguidores da doutrina espírita.

Concebido como um veículo de imagens que uma sociedade atribui de si própria, o cinema é também cenário de representação social. A tipologia de um personagem, ou de uma série de personagens, pode ser considerada representativa não apenas de um período do cinema, como também de um período da sociedade, a saber a relação da Grande Depressão com a comédia musical norte-americana dos anos 1930, que aludia à crise econômica e aos problemas sociais por meio de suas intrigas amorosas (AUMONT, 1990). Logo, os filmes “À procura da felicidade”, “Comer, rezar, amar”, “Um sonho possível”, “Nosso Lar” e “Coach Carter” estão inseridos, como vimos, na conjuntura de uma “sociedade de mercado”, onde a cartilha do consumo enviesa cada ângulo da existência humana (SANDEL, 2012), bem como no contexto do “capitalismo afetivo”, esta fusão progressiva dos repertórios de mercado com as linguagens do “eu” durante o século XX (ILLOUZ, 2011), e ainda na lógica do “capitalismo conexãoista”, que desorienta os marcos entre vida privada e vida profissional em um cosmos concebido em rede (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009) – por certo, são muitas as nomenclaturas denotadas ao contemporâneo.

Essa expressão indicativa está imbricada em um funcionamento social da instituição cinematográfica e de seus sistemas de representação e de regulação dos jogos psíquicos do espectador. Adotando brevemente o modelo que a equipe do “Cahiers du Cinéma” utilizou para analisar os sistemas de representação no filme “A mocidade de Lincoln” (1939), de John Ford (AUMONT, 1990), podemos pensar, suprimindo a complexidade formal da obra de Ford, nas engenhosas relações existentes entre uma figura real⁴³ (os protagonistas das fitas inspirados em pessoas verdadeiras), uma ideologia (a “sociedade de mercado”, o “capitalismo afetivo”, o “capitalismo conexãoista”) e uma escrita fílmica (as ficções criadas a partir de biografias de pessoas comuns que souberam fazer a diferença) em seus entrelaçamentos de estruturas significantes.

3.3 O marketing do Cupido e as lamúrias do coração

Escrito em 1591 pelo frade, filósofo e matemático Giordano Bruno, o livro “*De vinculis in genere*” (traduzido para o português recentemente pela editora Hedra como “Os vínculos”) celebra o vínculo do amor como o vínculo dos vínculos, aquele a que todos os outros vínculos se relacionam, o fundamento de todas as paixões. Assim, o vínculo do Cupido, de certa forma, simbolizaria o vínculo em geral. Para Bruno, a sensação que experimentamos no ato de comer ou na relação sexual encontra-se, proporcionalmente em todo ato de estabelecer vínculos. Com ponderação antecipadora, é fundamental saber em tempo o momento de instaurar um vínculo e desfrutar com a maior energia o instante presente, de maneira que aquele que pode estabelecer um vínculo jogue o laço e o sele o mais depressa possível (BRUNO, 2012).

Como circunstância inicial, nada pode ser amarrado por um vínculo se não estiver predisposto a isso em seu estado mais suscetível. “Imagina algo que não tenha nenhum apetite, e imaginarás uma coisa que não poderá ser atada espiritualmente por nenhum vínculo” (ibidem, p. 54). Mas não existe nada que se possa aproximar – nem com os vínculos da vida civil, nem com os vínculos mágicos –, sem conhecimento e paixão. Quanto à correspondência daquilo que pode ser atado por vínculo: não é factível atar outra pessoa a si por um vínculo, se quem instaura o laço não está atado também. “Os

⁴³ No modelo criado pelo “Cahiers du Cinéma” para refletir sobre o filme de Ford, eles falam de uma “figura histórica”, no caso o ex-presidente norte-americano Abraham Lincoln.

elos aderem àquele que está atado, penetram-no” (ibidem, p. 54).

Para Platão, o vínculo é a beleza ou o acordo das formas, segundo o gênero; para Sócrates, a excelente elegância do espírito; para Timeu, uma tirania das almas, para Plotino, um privilégio da natureza; para Teofrasto, um engano silencioso; para Salomão, “fogo escondido, águas furtivas”; para Teócrito, marfim perdido; para Carnéade, um reino angustiado; para mim, tristeza alegre, alegria triste (ibidem, p. 64)

As portas pelas quais se projetam os laços são os sentidos. Entre todos, a visão é o primordial e o mais nobre deles, mas os outros podem ser mais oportunos no que concerne à multiplicidade dos objetos e a sua potencialidade. Deste modo, Bruno escreve, o tato é cativado pelo macio delicado da carne; a audição, pela harmonia do conjunto de sons produzido pelas cordas vocais; o olfato, pelo perfume suave do hálito; o espírito, pela graça dos jeitos; o intelecto, pela fluência dos raciocínios. Assim, vínculos distintos adentram por aberturas distintas, e alguns deles têm mais efeito sobre uma pessoa e outros sobre outra. Um indivíduo se agrada mais com alguns vínculos, outro, com outros. Na verdade, um vínculo não decorre da mesma forma de todas as coisas nem se investe a todas identicamente (ibidem).

Não obstante, passados mais de quatro séculos após a condenação de Bruno à morte na fogueira pela Inquisição Romana, o vocabulário dos afetos da personalidade psicológica moderna é hoje ditado pela lógica do mercado (ILLOUZ, 2008 e 2011), como vimos no primeiro capítulo. Isso quer dizer que, ainda que os sujeitos da atualidade sejam “carentes do amor”, calculistas e inaptos a estabelecer laços afetivos concretos entre si (LIPOVETSKY, 2007, p.18), o que qualifica o contemporâneo é menos a dessimbolização e o colapso afetivo do que a psicologização de massa da sexualidade e da vida de casal (ibidem), como efeito do poder do imaginário do bem-estar e da qualidade de vida. Ainda que tenhamos decapitado o Cupido, Como ironiza Lipovetsky, as “mitologias do coração” ainda seguem povoando nosso imaginário passional, em tal grau que a *hashtag* #love é a mais usada Instagram há alguns anos.

Cada temporada produz sua safra de romances de amor; os filmes de amor continuam a fazer um sucesso fenomenal – Titanic pulverizou os recordes das grandes bilheterias; Céline Dion canta incansavelmente o amor. Nas revistas femininas, multiplicam-se os artigos sobre o amor conjugal, a fidelidade, o ciúme, a decepção. Os

amores e desamores das celebridades alimentam a imprensa *gente*. Evidentemente, o sentimento continua a constituir uma temática importante da produção e do consumo cultural (ibidem; grifo do autor)

Para mais da indústria cultural, o discurso amoroso continua a gerar expectativas no ambiente íntimo. Existe um interesse generalizado pelas histórias de amor, possivelmente explicado pela sua unanimidade. Todo mundo ama, já amou ou vai amar. “Pode-se alegar diretamente a universalidade do amor. Até mesmo Sarkozy pode sofrer, esperar desesperadamente por uma mensagem de texto que não chega” (BADIOU, 2009, p. 62). Mas a época atual parece ter levado ao extremo o debate acerca dos meandros dos sentimentos, ainda que enxerguemos a promoção social do *homo eroticus* – afinal, o imperativo de desempenho não está mais limitado à empresa e ao esporte, apoderando-se do universo do sexo (ibidem). Em um horizonte onde alvorece o caráter consumista do indivíduo contemporâneo, as fantasias amorosas se confundem com as mercadológicas (RÜDIGER, 2010). No final do século XX, como aponta Rüdiger, a carência coletiva aflorada pela falta de competência para se relacionar, a baixa capacidade de investimento e os frequentes insucessos do coração abrem espaço para o surgimento de uma literatura de autoajuda aparelhada para enfrentar os erros na gestão dos relacionamentos.

O exemplo mais notável do que acabamos de mencionar é o *best-seller* de 1992 “Os homens são de Marte, as mulheres são de Vênus”, escrito pelo psicólogo e escritor John Gray com o intuito de ser um “manual para relacionamentos amorosos nos anos 1990” (ibidem, p. 135). Publicado em 20 países e lido por mais de sete milhões de pessoas, o livro pretende ensinar homens e mulheres a lidar com suas diferenças – bem polarizadas, segundo ele –, e, assim, precaver os desentendimentos entre os pares. De acordo com Grey, teríamos atingido um estágio em que só amar não é suficiente: para prevenir o “fim da magia”, há que se trabalhar os relacionamentos (ibidem). Convenientemente para este trabalho, depois de mais de vinte anos do lançamento do livro, há rumores de que uma adaptação para os cinemas da obra estaria em desenvolvimento, com Reese Witherspoon como protagonista. Assinada pelo casal australiano Allan e Barbara Pease, a série composta pelos títulos “Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor?”, “Por que os homens mentem e as mulheres choram?”, “Por que os homens coçam a orelha e as mulheres mexem na aliança” e “Por que os homens nunca ouvem nada e as mulheres não sabem ler mapas de estradas?” é a

herdeira mais próspera da benesse de Grey no século XXI.

Definido, portanto, também no plano do emocional, o consumo reina à medida que os laços interindividuais se fragilizam ou fracassam, prometendo “levantar o moral”, “melhorar a autoestima”, “gostar de si mesmo” e “afirmar a personalidade”, entre outras juras do mercado para amenizar a solidão e a lacunas da alma (LIPOVETSKY, 2007). Para compensar a falta de amor, de laços ou de reconhecimento e ainda abafar o mal-estar, são ostentadas pequenas felicidades que podem ser compradas no supermercado dos sentimentos, como animais domésticos, clubes de solteiros e o mercado dos sites de encontro virtuais. “O Homo psychologicus tornou-se o grande multiplicador do Homo consumericus” (ibidem, p. 180).

Elizabeth, de “Comer, rezar, amar”, é a única personagem, dos cinco filmes analisados, cujo sentimento amoroso entra em questão ao longo de sua jornada filmica e parece doer, doer muito – curiosamente, ela é a única protagonista mulher da seleção. Depois de terminar seu casamento, ela recorre a um pilha de livros da seção de autoajuda de uma livraria para tentar melhorar o ânimo em uma cena que apela para o clichê da representação no cinema do rompimento amoroso para as mulheres – seríamos todas membros da geração Bridget Jones? A literatura de aconselhamento não funciona para Liz. Como escritora perspicaz, ela opta por lançar-se em seu ano sabático pelo mundo e depois redigir um livro de autoajuda para auxiliar, quem sabe, outras mulheres que também passaram por momentos de crise existencial – essas leitoras.

Na fita, apesar de estar decidida a colocar o “eu” em primeiro lugar, Liz demonstra sua frustração com relação aos pares masculinos, como na cena em que, diante de uma autêntica pizza napolitana, ela aconselha uma companheira de viagem a devorar a iguaria coberta de queijo e tomate, já que ela mesma estaria cansada de contar calorias para homens que nem reparam no corpo de suas parceiras quando querem levá-las para cama. Diz que está “em um relacionamento” com a sua pizza. Em outro momento, namora com os olhos uma camisola, mas desiste de comprá-la, convencendo-se: “para quem?”. Prefere levar um par de *jeans* de número maior do que seu manequim habitual para vestir os excessos que adquiriu na aventura gastronômica dos últimos meses em Roma. Ainda que alegue sempre ter estado sozinha dentro de seus relacionamentos, estar solteira para Liz é um fardo. Sua opção (o momento da escolha é bem marcado) de iniciar um novo relacionamento ao final do filme é menos vinculativa do que curativa; é um

cuidado de si através do outro, um apaziguamento de sua angústia.



FIGURA 9: O romance de Liz com o brasileiro Eduardo, ao final da jornada de “Comer, rezar, amar”, tem características terapêuticas

Em seu livro dedicado exclusivamente ao amor (mas especificamente ao mal de amor), *“Porquoi l’amour fait mal”*, Illouz (2012) assinala que a busca pelo amor se tornou uma experiência dolorosa para homens e mulheres contemporâneos frequentemente analisada em termos psicológicos. Haja vista que vivemos em uma época em que a ideia de responsabilidade individual reina suprema, os sofrimentos amorosos são hoje exclusivamente atribuídos como de responsabilidade do indivíduo, de sua história privada e da sua capacidade para se moldar, tendo como auxílio, evidentemente, um arsenal de técnicas terapêuticas de aconselhamento. A intenção da autora é, contudo, evidenciar – do mesmo modo que Marx fez com a mercadoria, ela diz – como as relações sociais produzem e configuram o amor em um mercado de competição desigual, analisando o amor como uma instituição social da modernidade.

As crenças enraizadas de que os nossos infortúnios são resultado direto de nossa história psíquica, de que a fala e o conhecimento sobre si têm poderes curativos e de que a identificação das fontes de nossos problemas nos ajuda a superá-los levaram a indústria da autoajuda ao seu apogeu. Para a socióloga, existe uma economia emocional (e sexual) própria da modernidade, que deixa o indivíduo impotente e preso entre uma hiper-emotividade paralisante e um quadro social que tende a uniformizar e a racionalizar os relacionamentos (ibidem).

Em 2014, Illouz publicou o livro “*Hard-core romance*”, em que analisa a trilogia erótica *best-seller* "Cinquenta tons de cinza" (“*Fifty shades of Grey*”), de Erika Leonard James, questionando como um texto precariamente escrito e bastante estereotipado tornou-se um fenômeno, sobretudo entre mulheres com mais de 30 anos. Ela conclui, não para a nossa surpresa, que a obra sobre a relação sadomasoquista do rico e sedutor Christian Grey com a recatada estudante Anastasia Steele é mais de autoajuda (romântica) do que pornográfica, apresentando fantasias sexuais de submissão feminina como *script* para uma vida amorosa mais satisfatória. O que a distingue das publicações eróticas convencionais é que seu intento não é cativar os leitores solitários, mas instruir homens e mulheres através de maneiras criativas e eficientes de sofisticar o prazer sexual, assumindo a presença do parceiro.

Como não podia ficar de fora, o primeiro livro da série "Cinquenta tons", que já vendeu mais de 70 milhões de exemplares pelo mundo, ganhou uma adaptação cinematográfica, com direção da cineasta Sam Taylor-Johnson e lançamento mundial no dia 13 de fevereiro de 2015, véspera do Valentine's Day americano, data que celebra a união amorosa entre os casais. O frisson a respeito da estreia do filme foi grande. O trailer foi o mais visualizado do YouTube em 2014, a pré-venda de ingressos bateu o recorde histórico entre produções proibidas para menores de 17 anos e a rede americana de lojas populares Target confeccionou uma linha temática de produtos eróticos inspirada na franquia. Além disso, o “você está curioso?” da campanha publicitária marcou presença em todas as esquinas.

Em apenas um final de semana em cartaz, o longa-metragem "Cinquenta tons de cinza" faturou mais de 300 milhões de dólares nas bilheterias de todo o mundo e arrastou 1,6 milhões de brasileiros aos cinemas. Mas os críticos não parecem ter aprovado o resultado na tela grande, alegando que o filme provoca mais risadas constrangedoras do que insinua sensualidade. Quem tampouco apreciou o produto final foi a própria autora do livro, que, depois de ter sido produtora da fita e de ter travado intensas discussões com a diretora no *set*, exige mais controle da segunda adaptação, “Cinquenta tons mais escuros”, reivindicando também o posto de roteirista da sequência.

Com efeito, Bauman (2008) acredita que a perspectiva de ocupar o mundo com pessoas mais afetuosas e encorajar os indivíduos a terem mais afeto não integra as paisagens desenhadas pela utopia consumista, cuja não-satisfação dos desejos é

justamente seu volante. Ao contrário, os mitos privatizados dos “caubóis” e “*cowgirls*” da sociedade de consumo, ostentam um tipo de zona livre, vazia, da qual o consumidor típico, propenso apenas a performances individuais, sempre precisa de mais (e nunca chega ao bastante). Atividade solitária, o consumo não motiva vínculos contínuos, fidedignos e estáveis. Com efeito, os laços de influência frágil que chegam a se formar no ato do consumo são somente determinados pela ocasião. Além disso, para as empresas, o funcionário ideal é aquele sem vínculos, compromissos, ou ligações profissionais anteriores (BAUMAN, 2008).

O espaço de que os consumidores líquido-modernos necessitam, e que são aconselhados de todos os lados a obter lutando e a defender com unhas e dentes, só pode ser conquistado se expulsando outros seres humanos – em particular os tipos de indivíduos que se preocupam e/ou podem precisar da preocupação dos outros (ibidem, p. 68)

Bauman, julga, no entanto, que todos os recursos pagos para escapar dos riscos com que a nossa sociedade de consumo nos habituou estão ausentes no amor. “No amor, não há ajustes imediatos, soluções eternas, garantia de satisfação plena e vitalícia, ou de devolução do dinheiro no caso de a plena satisfação não ser instantânea e genuína” (2005, p. 70). Ainda assim, somos aliciados pelas juras dos comerciantes a sucumbir ao medo, renunciando a enfrentar os riscos por nós mesmos. Desse jeito, simplificamos os relacionamentos amorosos à maneira consumista da satisfação instantânea (ou o seu dinheiro de volta) que nos deixa seguros e à vontade. Peritos especializados em escrever receitas para as relações humanas, especialmente as parcerias amorosas, semeiam que o compromisso a longo prazo é uma armadilha a se esquivar e que o importante é deixar “todas as portas sempre abertas”. Para quem quer relacionar-se, o conselho é manter a distância; para quem deseja conseguir satisfação com a intimidade a dois, a advertência é que não firme compromissos rígidos (ibidem).

Para o sociólogo, contudo, a predisposição de amar continua sendo um raro empreendimento – para usar um termo caro a esta dissertação. Amar consiste em estar disposto a confiar e entrelaçar duas histórias de vida, cada qual carregando uma bagagem distinta de experiências e memórias e atravessando seu próprio curso. Sendo assim, compreende um pacto sobre o futuro, e, logo, sobre o desconhecido, que consiste em arriscar a sua própria liberdade a fim de que a liberdade da pessoa amada não seja

violada. Afinal, a essência da identidade – e a inabalável credibilidade da resposta que lhe possa ser dada – só pode ser estabelecida por correspondência aos vínculos dignos de confiança e estabilidade que associam o “eu” a outra pessoa. Por conseguinte, necessitamos de relacionamentos aos quais possamos afetar-nos com o propósito de definirmos a nós mesmos de maneira coesa (ibidem).

Mas, quando todo relacionamento parece frágil e descartável, a saída parece estar no acúmulo e na multiplicação de conexões. Buscamos, assim, salvação nas redes, cuja vantagem sobre os laços fortes e estreitados é converter os atos de conectar-se e desconectar-se em modo igualmente fácil. Os poucos relacionamentos profundos vão sendo substituídos por um fluxo de contatos superficiais e pouco consistentes (ibidem).

3.4 Um elogio ao amor: risco, acaso e resistência

Em seu “Elogio ao amor”, Alain Badiou (2013) critica a concepção securitária do amor (que tem a segurança por norma) por parte das campanhas publicitárias do site de relacionamento Meetic, conhecido como um dos maiores portais de encontro da Europa – “Tenha o amor sem ter o acaso”; “Você pode amar sem cair de amores”; “É perfeitamente possível se apaixonar sem sofrer” (2013, p. 11). O filósofo defende que o amor, para quase todos aquilo que dá intensidade e significado à vida, consiste em “viver uma experiência pelo prisma da diferença” (ibidem, p. 20), e não pelo da identidade. A defesa por parte dos treinadores amorosos de um regime relacional de total ausência de risco em nome da segurança pessoal, mediante um acordo prévio que evita todo acaso, remete à propaganda feita em certo momento pelo exército norte-americano da guerra “com morte zero” ou ainda aos antigos casamentos arranjados (ibidem).

Além da ameaça securitária, outra realidade que coloca em perigo o amor é negar-lhe toda e qualquer importância, já que com cada um seguindo seu próprio interesse, o amor representaria, portanto, uma contra-experiência. Todavia, de acordo com o teórico, motivado pelo pensamento de Jacques Lacan, é somente no amor que o sujeito pode ir além dele mesmo, além do seu narcisismo. Em boa medida, o encontro de duas diferenças é um evento, selado pelo compromisso do “eu te amo” que fixa o acaso, que deve se converter em uma construção duradoura, uma vida, já não mais pela perspectiva do Um, mas pela perspectiva do Dois (a “cena do Dois” que não é fusional). Assim, “todo amor

propõe uma nova experiência de verdade sobre o que é ser dois, e não um” (ibidem, p. 29).

Poderíamos dizer que o principal inimigo do meu amor, aquele que eu devo vencer, não é o outro, sou eu, o “eu” que quer a identidade em oposição à diferença, que quer impor seu mundo em oposição ao mundo filtrado e reconstruído pelo prisma da diferença (ibidem, p. 40)

Badiou ainda alerta para o risco contemporâneo do amor se transformar em mais uma modalidade de uma doutrina moral em que a busca pelo gozo é a única finalidade da vida. Seria eliminada assim qualquer investida genuína e profunda de alteridade. Para ele, no cerne, os dois adversários do amor são “a garantia do contrato de seguro” e “o conforto dos prazeres limitados” (ibidem, p. 13). Ele ainda advoga ser oportuno que, em oposição à segurança e ao conforto, seja reinventado o risco e a aventura para a redescoberta do amor – uma tarefa urgente. À medida que é uma abertura à diferença, o amor é um interesse coletivo e por natureza transgressor. Um importante fertilizante da alteridade.

Para mais do milagre do encontro, não obstante, existe um trabalho a ser feito do amor, essa “aventura obstinada” (ibidem p. 25), na qual é preciso estar ativo, ser cauteloso e ligar-se consigo mesmo e com o outro. “É preciso pensar agir, transformar. E aí sim, como recompensa imanente do labor, vem a felicidade” (ibidem, p. 51). De acordo com Badiou, a felicidade amorosa é a prova de que o tempo pode acolher a eternidade. Como todo procedimento de verdade, o amor inauguralmente declarado também deve ser constantemente redeclarado, situando-se na origem de violentas crises existenciais. Por esse motivo, a proximidade entre o amor e política é extraordinária (ibidem).

Resultado de uma entrevista do filósofo concedida ao jornalista Nicolas Truong, o livro “Elogio ao amor” faz reverência em seu título ao filme homônimo de Jean-Luc Godard, lançado em 2001, que mantém os princípios de inovação narrativa presentes em sua obra desde a Nouvelle Vague. No enredo, dois blocos temporais diversos. No primeiro deles, filmado em 35mm preto e branco, é mostrada a procura do diretor de cinema Edgar (Bruno Putzulu) por atores para seu próximo projeto, um misto de ópera, teatro e literatura, no presente. Já no segundo, gravado em cores estouradas em vídeo, digital, acompanhamos o mesmo Edgar, dois anos antes, investigando a vida de um ex-membro da resistência francesa durante a Segunda Guerra, que vendeu os direitos de sua

história pessoal para uma produção de Hollywood que terá Steven Spielberg como diretor.

Assim como Badiou, que reivindica um amor liberto do consumismo vigente e apartado do culto identitário, reclamando, em conclusão, um amor militante, Godard proclama, através de seus personagens, que “a medida do amor é amar sem medida” – frase essa atribuída a Santo Agostinho. Através da sua forma de pensar pela imagem, utilizando-se da montagem como instrumento de construção de sentido, o revolucionário cineasta discorre sua visão ensaística sobre os rumos de temas como cinema, amor, história e crueldade. Também fala da necessidade de resistir contra o esquecimento, em tempos de prédica contra a ruminação dos pensamentos – “não há resistência sem memória”. Tece incômodas alfinetadas à cultura norte-americana, criticando tanto à indústria de cinema (“A viúva de Schindler não recebeu um tostão de Spielberg e vive na miséria na Argentina”, descarrega uma personagem), quanto à mentalidade do povo. Em extrato de um áspero diálogo entre uma francesa e um produtor americano, a voz feminina atiza:

- A que americanos você se refere? Da América do Sul?
- Dos Estados Unidos evidentemente.
- Ok, mas o Brasil também são Estados Unidos. Estado Unidos do Brasil. E eles se chamam brasileiros.
- Eu quis dizer os Estados Unidos da América do Norte .
- O México também são Estados Unidos da América do Norte, e eles são chamados de mexicanos. O Canadá também, e eles são chamados de canadenses. A qual Estados Unidos você se refere? (trecho extraído do filme “Elogio ao amor”, 2001)

Assim, a personagem nativa que tenta convencer os avós a não venderem os direitos de sua biografia para os produtores *yankees* encerra a conversa com a assertiva de que os EUA são um país cujos habitantes não têm nome e, por conseguinte, não têm histórias, nem lendas. Assim sendo, eles se apropriariam do passado das outras nações (Vietnã, Sarajevo...).

Godard sempre incluiu em seus filmes, momento histórico depois do outro, o que ele considerava serem os pontos de resistência, pontos de criação também, e, de modo mais geral, tudo o que, a seu ver, merecia

entrar na composição de uma imagem. Sobre o amor, essencial para ele, parece-me que ele o divide entre uma concepção ao mesmo tempo forte e puritana da sexualidade e uma tensão propriamente amorosa de que as mulheres, sobretudo, são depositárias, a tal ponto que concordar com elas ou aceitar sua autoridade neste ponto é para todo homem uma dificuldade. Trabalhei recentemente com ele num filme no qual talvez eu faça uma ponta, no papel de um filósofo conferencista num cruzeiro de luxo, ou talvez não. Vá saber o que o artista vai fazer no final com tudo o que foi filmado? Admirei de perto sua exatidão, sua exigência única. É quase sempre de amor que se trata” (BADIOU, 2013, p. 61)

A fita a que Badiou se refere no trecho citado é “Filme socialista” (*“Film socialisme”*), de 2010, na qual o filósofo faz uma pequena participação como um palestrante que fala diante de uma plateia vazia em uma viagem pomposa de transatlântico pelo mediterrâneo – uma metáfora para sua postura de oposição diante do nosso mundo desencontrado.

Em sua solidão criativa povoada de atos, de coisas e de pessoas (DELEUZE, 2010), Godard é um bom exemplo de enfrentamento a um cinema de estrutura clássica-narrativa e industrial. Sua obra contestadora, contudo, não se restringe ao período do movimento da Nouvelle Vague, pujante nos anos 1960 ao abraçar o conceito de “cinema de autor”, mas segue potente até o dias de hoje, subvertendo as convenções homogeneizadas de Hollywood e questionando constantemente os espectadores sobre a sua relação com as imagens contempladas. Destituída de significação, a imagem-movimento é a força motriz de sua estética que transcende os limites da linguagem, rompendo com o esquema de percepção sensorio-motor (de ações e reações imediatas) e, logo, superando os blocos de espaço e tempo – alcança-se à “imagem cristal”, proposta por Deleuze (2005) à luz dos conceitos formulados por Bergson.

Para Pasolini, os “heróis” vistos em cena nos filmes de Godard são doentes, “gravemente atingidos”, mas que não estão em tratamento terapêutico, nem nada perderam de seus estados materiais de liberdade. Ao contrário, são cheios de vida e simbolizam antes de tudo o nascimento de um novo tipo antropológico (apud DELEUZE, 1983, p. 90). O psicológico dos personagens godardianos importa mais do que a ação que faz a história avançar – ação essa propalada pelos manuais de roteiro americanos e incorporada como dogma pelo cinema biopolítico. Os protagonistas de Godard não são empreendedores de seus próprios futuros, só expressam suas impressões cotidianas em

fluxos vacilantes de subjetividade. Os dois elogios (o de Badiou e o de Godard) são, portanto, atos de resistência a uma economia política dos afetos que coloniza nossos imaginários⁴⁴.

3.5 Do estômago em Nietzsche à geração omeprazol

Como vimos no primeiro capítulo, para os seguidores da psicologia positiva, ruminar deve ser uma prática exclusiva do gado que remastiga os alimentos ingeridos que voltam do estômago à boca. A ruminação dos pensamentos, esta exercitada pelos seres humanos, é considerada por esses profissionais, que situam seus enunciados no entrelaçamento entre a pesquisa universitária dos estudos comportamentais e a autoajuda, uma tendência negativa no projeto de treinamento individual do otimismo rumo à conquista de um bem-estar subjetivo. Ruminar implicaria, para esses psicólogos, entrar em um ciclo prejudicial de pensamentos negativos que impediriam (ou retardariam) o movimento para a ação. Com efeito, os protagonistas dos cinco filmes analisados nesta pesquisa aderem a essa prédica, voltando-se apenas para o futuro que parece estar positivamente em suas mãos.

Friedrich Nietzsche, não obstante, dedica um aplauso ao exercício bovino da ruminação, ainda que, de modo diferente dos psicólogos positivos, também seja contra o ressentimento. Em trecho célebre do prólogo de “Genealogia da moral”, o filósofo alemão defende o modo de ruminar a leitura como arte que exige tempo e “para o qual é imprescindível ser quase uma vaca, e não um 'homem moderno’” (2009, p. 14). Nietzsche defende que o espírito está no estômago, e que a digestão seria, portanto, a nossa atividade fisiológica mais espiritualizada. Ele acredita na potência de um espírito autocentrado que confronta a si mesmo, que ruma suas ideias quantas vezes for preciso, digerindo lentamente para então esquecer. A digestão, portanto, seria, um processo que se dá no tempo, que dura, e o esquecimento, uma força acesa, atuante. Por isso, mais importante do que lembrar, para Nietzsche, é esquecer (FRANCO FERRAZ, 2010).

Ainda que o estômago em Nietzsche faça parte de uma visão de corpo não fragmentado, ele não é pensado como metáfora. Por isso, em uma sociedade esgotada

⁴⁴ Argumento da atual pesquisa desenvolvida pela orientadora desta dissertação, a professora doutora Ieda Tucherman.

físico e emocionalmente pelas multitarefas e abatida pelo vazio existencial, o sistema digestivo se torna bastante prejudicado. Já é possível pensar, inclusive, em uma “geração omeprazol”, como assinalada em reportagem do jornal O Globo de setembro de 2011⁴⁵, em referência ao popular remédio usado no tratamento para úlcera e gastrite nervosa, transtornos de fundo emocional que afetam milhões de jovens em todo o mundo. Cada vez mais, adolescentes vêm sendo atingidos por distúrbios gastrintestinais, que, segundo especialistas, são mais frequentemente causados por estresse, má alimentação e ingestão elevada de bebidas alcoólicas.

Se omeprazol é a fórmula da indústria farmacêutica, a de autoajuda oferece um complemento para a receita: filosofia barata (literalmente)⁴⁶. Sucesso de vendas mundial, o remédio editorial “Nietzsche para estressados”, escrito pelo especialista em *coaching* e escritor Allan Percy (o mesmo de “Shakespeare para apaixonados”, “Kafka para sobrecarregados” e “Oscar Wilde para inquietos”), oferece 99 doses de filosofia para despertar a mente e combater as preocupações. Apresentado como um “breve curso de filosofia cotidiana”, a obra agrupa máximas de Nietzsche em sua aplicação em várias situações do dia a dia. Cada capítulo é aberto por um aforismo do pensador alemão – “Quem tem uma razão de viver é capaz de suportar qualquer coisa” começa a série –, acompanhado de uma leitura atual direcionada para o leitor atingir o bem-estar. Ao final, há ainda um anexo que explica o valor terapêutico da filosofia nietzschiana. Um bom (ou mau) exemplo dos efeitos de despontencialização da cultura da autoajuda, esse livro nos demonstra como anda ameaçada nossa capacidade reflexiva.

Franco Ferraz (2010) ainda nos lembra que ao tematizar a “grande saúde” daqueles que não apenas se conservam, mas se arriscam na aventura da experimentação, Nietzsche revaloriza a própria doença, como uma possibilidade de quebra de repetição de gestos cotidianos e hábitos e como uma oportunidade para o ócio, para a ativação do esquecimento e para a expressão de novas forças soterradas, de outros “eus”. A grande saúde nietzschiana diz respeito a uma vida que experimenta ousadamente, superando e

⁴⁵ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/estresse-com-multitarefa-ma-alimentacao-bebidas-aumentam-gastrite-entre-jovens-2700272>. Acessado em outubro de 2014.

⁴⁶ Um livro de autoajuda custa em média 20% a 25% menos que um título de literatura. Dado retirado de reportagem do site da revista Veja, disponível em: <http://veja.abril.com.br/021209/nas-asas-autoajuda-p-140.shtml>. Acessado em janeiro de 2015.

dilatando os próprios limites, pondo-se constantemente em risco (ibidem). Em plena era de ditadura da saúde, balizada por um ideal de corpo jovem e produtivo, há de se refletir (e muito) sobre assunto.

Finalmente, é importante ressaltar que o teor crítico invocado nesta dissertação não advém de qualquer bolor nostálgico ou pieguismo romântico, mas, de antemão, de uma tentativa de problematização e complexificação dos novos modos de subjetividade que parecem estar propensos a prevalecer no contemporâneo. Tendo em conta que cada formação histórica dispõe de seus enlevos e também de suas decepções (ibidem) – afinal, com um regime de forças sempre insurgem as suas contra-forças, como nos ensinou Foucault –, é possível formular que a racionalização da individualidade está de modo irremediável entrançada na sua emancipação (ILLOUZ, 2011), assim como as responsabilidades do “eu” estão intrincadas ao empoderamento absoluto do *self* da sociedade neoliberal. Como vimos, apesar de sua standardização estilística e de sua aproximação com receitas homogeneizantes de práticas individuais eficazes, o cinema de entretenimento, inserido na cultura de massa e herdeiro leal de uma narrativa popular folhetinesca, ainda oferece ao expectador um complexo muito particular de experiências, prazeres e práticas sociais, além de exercer seu caráter de meio de comunicação e de associar-se a uma complexa rede de desejos (TURNER, 1997).

Neste terceiro capítulo, buscamos relacionar as representações dos protagonistas expressas nos filmes do *corpus* empírico da pesquisa com as análises sobre a identidade contemporânea desempenhadas por importantes pensadores da atualidade, como Bauman, Boltanski, Gil e Illouz. Os comportamentos e ações dos personagens em questão refletem a lógica atual do capitalismo afetivo-conexionista, onde os indivíduos, desimpedidos dos antigos laços sociais, têm como preocupação natural o desejo de conectar-se com o maior número possível de pessoas, ainda que por meio de elos frágeis e descartáveis. Por último, escorados por Badiou e Godard, tecemos um elogio ao amor, essa confiança feita ao acaso, ao risco e à diferença, que, como uma potência vincular que se sobrepõe à lógica do cálculo e da eficácia, vem muito a propósito nos tempos de hoje.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início de 2013, quando esta pesquisa começou a ser esboçada, o sucesso global “O Segredo” nos chamava a atenção por ser um produto multiplataforma de autoajuda que havia sido produzido originalmente como um documentário para a televisão e, mesmo depois de quase uma década de seu lançamento, permanecia sendo o DVD mais comercializado em todo o mundo. Tomamos a fita como um indicativo de tendência de um interesse crescente por parte da indústria cinematográfica por histórias de superação com teor biográfico, o famoso letrado “baseado em fatos reais” que aparece antes de começar a sessão – tem que ser antes para orientar o olhar –, inserido no fenômeno mais amplo de declínio das narrativas intermediadas e o consequente apetite pelo consumo da intimidade.

Assim, com a preocupação de não generalizar todo e qualquer produto midiático contemporâneo como “autoajuda”, o recorte do nosso objeto de estudo contemplou uma seleção de filmes de ficção lançados na primeira década do século XXI e inspirados em protagonistas verídicos alçados ao estatuto de ícones graças as suas histórias pessoais alentadoras. De certa forma, são cinco produções de grande porte que fazem parte de um mesmo nicho de consumo cinematográfico que, pela nossas observações em *blogs* e fóruns da internet, é direcionado a um público que já consome literatura motivacional – de livros “*how-to*” a “biografias e memórias”. Evidentemente, convertidas para o cinema *blockbuster*, essas narrativas acabam por alcançar uma plateia mais ampla, que inclui interessados em comédias românticas e dramas açucarados ou simplesmente arrebatados pela campanha publicitária massiva das megaproduções.

Ainda no início da pesquisa, um ponto que direcionou o nosso interesse para o objeto foi o fato de ainda ser escassa, nos conteúdos relacionados à temática cinematográfica, uma vinculação mais explícita de uma determinada produção filmica ao fenômeno da autoajuda. Uma pequena parcela de críticos, alguns deles evocados ao longo do trabalho, já mencionava essa associação, mas a grande imprensa ainda não transformara o tema em atualidade midiática. Hoje, passados dois anos, o assunto parece começar a dar pano para manga, devido à alta frequência de adaptações filmicas derivadas das prateleiras de literatura de aconselhamento, o que corrobora a nossa hipótese essencial de que o cinema comercial compõe um recente e próspero capítulo de um indústria midiática de autoajuda. Procuramos destrinchar as fitas em

estudo como indicativas de um cinema de inflexões biopolíticas palpitante que pode, inclusive, chegar a se constituir futuramente como um gênero, com “um sistema de códigos, convenções e estilos visuais que poderá habilitar ao público identificar rapidamente o tipo de narrativa a que está assistindo” (TURNER, 1997, p. 88).

Convenientemente para as nossas últimas ponderações, nos dias que antecederam a conclusão deste trabalho, foi veiculado no site da revista americana *The Hollywood Reporter*, repercutindo em outros canais, que a filosofia do *best-seller* de Byrne, que defende que o poder da “lei da atração” pode mudar a vida das pessoas para melhor, virara inspiração para uma trama cinematográfica de ficção. De acordo com o portal, a adaptação para o cinema de “O Segredo”, que começará a ser produzida em maio de 2015, contará com roteiro de Bekah Brunstetter e direção de Raja Gosnell, conhecido por franquias de comédia como “Scooby Doo” e “Os Smurfs”. A fita narrará a história de uma jovem viúva e mãe que tem a vida transformada com a chegada de um estranho misterioso, que compartilha com ela e seus três filhos o pensamento positivo de “O Segredo”. Assim sendo, quem não viu o documentário (disponível no Youtube), leu o livro, baixou o aplicativo, jogou o jogo da memória ou assistiu aos programas de Oprah sobre o assunto, agora terá a chance de ficar por dentro do Segredo mais comentado do mundo em um cinema mais perto de você.

Outro recente e pertinente exemplar do cinema biopolítico bastante comentado é o filme “Livre” (“*Wild*”), adaptação do *best-seller* memorialístico de Cheryl Strayed, encarnada nas telas por Reese Witherspoon, que estreou em janeiro de 2015. Sob a direção de Jean-Marc Vallée, o longa, assim como o livro, acompanha a transformação de Cheryl, que inclui a mudança de seu sobrenome (de Nyland para Strayed, que pode ser traduzido como "errante"), após uma série de problemas pessoais, como o seu envolvimento com drogas depois da morte por câncer de sua mãe. Decidida a se reinventar aos 26 anos, ela percorre durante três meses a “Pacific Crest Trail” (PCT), famosa trilha de 4,3 mil quilômetros pela costa norte-americana do Pacífico, do México ao Canadá, sem experiência prévia de *trekking* e com uma mochila nas costas que parece carregar o peso do mundo. A história de Cheryl é, sobretudo, uma amostragem de sobrelevação física. Sozinha, ela vence o frio, o calor, a fome, a sede, a dor e o tédio para então superar os fantasmas do seu passado e encontrar a redenção. A

crítica especializada aprovou, e o filme concorre a duas estatuetas do Oscar 2015 (Melhor Atriz e Melhor Atriz Coadjuvante).

Em boa medida, esta dissertação procurou investigar uma das faces do dispositivo da autoajuda, que também pode ser pensando como um dispositivo de autorrealização e bem-estar que tem no *eu* o seu alvo principal, que começa com a literatura de aconselhamento – cujo livro inaugural é “*Self-help*”, escrito em 1859 por Samuel Smiles – e, como tentamos delinear no primeiro capítulo, hoje extrapola uma rede de produtos e serviços, reverbera em outras mídias e constitui-se como um fenômeno cultural internalizado e de vínculos íntimos com a cultura de massa. Além disso, essas narrativas, cada vez mais, se mesclam a outras disciplinas, como a psicologia, a ciência, a filosofia e a religião.

Em um âmbito maior, o fenômeno da autoajuda pode ser compreendido como uma das formas de racionalidade contemporâneas que tangem a instrumentalização do sujeito e articula-se à atualidade do capitalismo, onde a tarefa do homem é ser um empreendedor de si mesmo em constante potencialização do seu biocapital. Também ornamos esta conjuntura neoliberal, onde impera a sociedade tecnológica em seu paradigma pós-moderno da eficácia, outras expressões de poder moduladas pela biopolítica foucaultiana, como o enriquecimento da indústria dos fármacos, a ênfase crescente nos processos biológicos, o gerenciamento narcísico do corpo, a moral da boa forma e o culto da performance e do desempenho.

No segundo capítulo, investigamos as narrativas dos filmes do nosso *corpus* empírico, que estimulam uma colonização da autonomia e da superação através de determinados padrões de conduta, como domínio de constituição e sintoma do modo contemporâneo de produção da subjetividade, posto que o cinema desempenha uma representação social de sua época. Vimos como o conceito de herói ativo é propagado pelos manuais de roteiro americanos, que começam a servir de bíblia para os profissionais da escrita audiovisual de todo o mundo sobretudo a partir da década de 1980, para definir o protagonista enérgico, que dribla os atravancos da vida e logra resultados, empreendendo a sua jornada em direção a algo inexplorado e potencialmente desafiador – um empresário de sua própria vida.

Assim, assimilamos que “À procura da felicidade” ocupa um nicho de consumo de caráter mais pragmático, onde o sujeito moral em dificuldade de encontrar espaço

no mercado de trabalho batalha para combinar a busca do mais elevado possível de vantagens na sua vida social utilitária com a apreciação do bem-estar de si pra si, legitimado pelo racionalismo terapêutico. Já “Comer, rezar, amar”, voltado abertamente para o público feminino, pertence a uma safra que se anuncia como “alimento para a alma”, conciliando rotinas de autoconhecimento – considerando os inconvenientes em aceitar a si mesmo desencadeados pela abstração social do indivíduo na modernidade – com o misticismo terapêutico, abastecido pela moda das tradições orientais (TUCHERMAN, 2010; RÜDIGER, 2010).

Em seguida, reconhecemos a importância que a figura do *coach*, cuja repercussão está muito associada às competições esportivas, tem ganhado em nossas vidas cotidianas através da personagem Leigh Anne, vivida por Sandra Bullock, no drama esportivo “Um sonho possível”. Sua missão na trama é agir como uma mentora, liderando e treinando Big Mike até que ele atinja seu melhor resultado. O “aconselhador-treinador” também é o destaque de “Coach Carter”, que conta a história do técnico empreendedor de basquete de um colégio americano, que obriga seus atletas a assinarem um contrato com cláusulas rígidas para que possam fazer parte de sua equipe. Exemplo de superação para os seus jogadores, Carter prova que, mesmo sem a ajuda do Estado, é possível mudar a sua condição de vida. É preciso apenas: esforço e suor. Aferimos, em sucinta comparação com o filme também ambientado em um *high school* “Ao mestre, com carinho”, do final da década de 1960, distintas imagens a respeito da adolescência e da figura de autoridade do educador, indicativas de suas épocas históricas. Hoje, os modelos de comportamento propagados pelo cinema comercial incitam a autorreflexão e a avaliação orientada para os mais produtivos resultados e para as mais proveitosas conexões.

Já em “Nosso Lar”, apreendemos como a temática da espiritualidade, requalificada no contemporâneo, parece se combinar com o estilo do discurso da autoajuda, por efeito do pragmatismo do projeto de saúde na atualidade, que estabelece a completa disposição física, mental e social como indicativa de bem-estar. No Brasil, país que vivencia uma eclosão da presença religiosa no padrão de comportamento do indivíduo na sociedade, vem se desenvolvendo, desde 2008, quando foi lançado o filme “Bezerra de Menezes”, um levante espírita na sétima arte batizado de “cinema transcendental”, um gênero que se vale do sucesso consagrado de

autores da doutrina kardecista no setor editorial de “esoterismo/autoajuda/espiritualidade”, assim convencionado pela revista *Veja*.

No terceiro capítulo, percorremos as características de personalidade de nossos protagonistas como sinalizadoras da identidade contemporânea, circunstanciada pelo declínio da credibilidade das instituições sociais e pela progressiva instabilidade das apetências. A natureza das relações interpessoais também está abalada. Os vínculos duradouros perderam prestígio para uma rede de conexões – perspectivada pelas múltiplas condições de sociabilidade oferecidas pela *web* –, que não impede o indivíduo de se manter focado e o conserva apartado dos riscos da intimidade. Ainda que as “mitologias do coração” sigam habitando nosso imaginário cultural, vivemos uma psicologização de massa da vida a dois, além de uma mercantilização das fantasias amorosas. Nessas condições, é preciso reinventar o amor enquanto potência do acaso e da diferença, e o cinema de autor ainda parece ser um bom lugar para declarar enamoramentos não pragmáticos.

Não obstante, ainda que apontemos para uma redefinição dos valores atuais, confiando no amor uma alternativa possível à renovação da experiência vincular pelo prisma da abertura à alteridade, de forma alguma objetivamos ao longo desta dissertação traçar alternativas virtuosas aos consumidores da indústria do aconselhamento. Tampouco almejamos delimitar a trilha correta rumo ao bem-estar – pois, apesar do bem-estar ter sido incorporado à definição de saúde da OMS, ainda acreditamos ser uma avaliação de caráter subjetivo. Afinal, como procuramos distinguir, o dispositivo da autoajuda é um ethos que eclode com o individualismo democrático em diferentes articulações, imbricando-se no capitalismo contemporâneo que se redesenha após a década de 1960 sobre os novos regimes de fluxos em um ajuste moral de estímulo ao prazer e ao consumo da própria vida, agora apercebida como uma operação de *marketing*.

Desejamos que este estudo possa estimular o interesse de outros pesquisadores da área de comunicação pelos desdobramentos midiáticos do fenômeno da autoajuda, que demonstra ser de extrema relevância para a compreensão da identidade contemporânea compatível com o biopoder. Caberia também uma investigação mais aprofundada acerca da inclinação do cinema hollywoodiano, que orienta a tendência comercial no mundo, por adaptações de narrativas motivacionais baseadas em

personagens reais. Um fato indicativo poderia ser a atual grande fase da televisão americana, considerada em sua terceira “era de ouro”⁴⁷, que, como afirmam os especialistas, abischoitou do cinema o posto de proprietário das narrativas brilhantes, com séries de dramaturgia de notável qualidade como "Mad Men", "Game of Thrones", "Breaking Bad" e "Homeland". O apelo pela roteirização dos títulos editoriais biográficos pode ser uma tentativa da indústria cinematográfica de superar a crise – e superação, como bem notamos, é o substantivo da vez.

Em um horizonte mais abrangente, acreditamos ser possível que o cinema biopolítico repercuta no filme de animação, a exemplo do fenômeno da Disney “Frozen” (2013), que ganhou o Oscar de Melhor Canção com a faixa chiclete “*Let it go*” (algo como “deixa pra lá” ou “deixa rolar”), que estimula as pessoas a deixarem suas inseguranças de lado. Também é provável que ele esteja contagiando *scripts* de fitas de outros gêneros, como a ficção-científica “Gravidade” (2013), comandada pelo laureado com a estatueta dourada de Melhor Direção Alfonso Cuarón, no qual Sandra Bullock passa a maior parte da trama sozinha, tentando sobreviver em meio a um ambiente inóspito à condição humana e vencer seus traumas pretéritos através de monólogos inspiracionais.

Finalmente, pretendemos que esta pesquisa possa ser ampliada em um futuro doutorado, no qual possamos examinar mais a fundo questionamentos como os levantados acima, bem como a consolidação dessa corrente cinematográfica específica como um gênero configurado, ainda que para fins de categorização comercial. Nosso escopo maior é compreender o fenômeno da autoajuda como uma tônica de colonização do corpo (via indivíduo somático) e do imaginário afetivo, depreendendo o lugar sintomático e constitutivo do cinema nessa engrenagem biopolítica.

⁴⁷ Considera-se que primeira "era de ouro" da TV americana sucedeu em seus primórdios, nos anos 1950, haja vista seu caráter tecnológico inovador. Já a segunda foi em meados dos anos 1980, quando séries como "Hill Street Blues" ("Chumbo Grosso" no Brasil) deram novo ânimo à produção artística televisiva.

Referências bibliográficas:

- AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas, SP: Papirus, 1990.
- _____. *A estética do filme*. Campinas, SP: Papirus, 1995.
- ARISTÓTELES. *Arte Poética*. São Paulo: Martin Claret, 2011.
- BALTAR, Mariana; BARRETO, Nayara. *As pornificações de si em Diário da putaria*. Crítica Cultural – Critic, Palhoça, SC, v. 9, n. 2, p. 265-278, jul./dez. 2014.
- BADIOU, Alain. *Elogio ao amor / Alain Badiou e Nicolas Truong*. São Paulo: Martins Fontes, 2013.
- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- _____. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi/ Zygmunt Bauman*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- _____. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BEZERRA JUNIOR, Benilton Carlos. *Neurociências e psicanálise: definindo discordâncias para construir o diálogo*. Revista da Associação Psicanalítica de Porto Alegre, v. 38, p. 145-159, 2010.
- BINKLEY, Sam. “A felicidade e o programa de governamentalidade neoliberal”. In: FREIRE FILHO, João. (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010. p. 83-104.
- BOLTASNKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- CÂNDIDO XAVIER, Francisco. *Nosso Lar*. Rio de Janeiro: Federação Espírita Brasileira, 1996.
- CÂNEPA, Laura. *Notas para pensar a onda dos filmes espíritas no Brasil*. Rumores, Brasil, v. 7, n. 13, p. 46-64, Jul. 2013. ISSN 1982-677X. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/58931>>. Acesso em: DEZ. 2014.
- CARNEGIE, Dale. *Como fazer amigos e influenciar pessoas*. Rio de Janeiro: Nacional, 1939.
- CARTER, Ken. *Coach Carter: my life*. Milwalkie: Dark Horse Comics, 2005.
- CASTELLANO, Mayka. *Cultura da autoajuda: o “surto do aconselhamento” e a bioascese na mídia*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação. Brasília, v. 15, n. 1, 2012. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/685/566>>. Acesso em: JAN. 2014.
- COURTINE, Jean-Jacques. “Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo”. In: SANT’ANA, Denise

- Bernuzzi de (org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p.81-114.
- DEBORD, GUY. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELEUZE, Gilles. *Cinema, a imagem-movimento*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- _____. *A imagem-tempo*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- _____. *Conversações (1972/1990)*. 2ª.ed. São Paulo: 34, 2010.
- ECO, Umberto. *Apocalíptos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- EHRENBERG, Alain. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida, SP: Idéias ET Letras, 2010.
- FALCÃO, Carolina Cavalcanti; BEZERRA, Beatriz Braga. *Capitão Nascimento, protagonista de um espetáculo: a jornada do herói na sociedade do consumo*. Revista Temática, Paraíba, v. 9, n. 11, 2013.
- FIELD, Syd. *Manual do roteiro*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.
- FOUCAULT, Michel. *Omnes et Singulatim: vers une critique de la raison politique*, in Dits et Écrits, Paris, Gallimard, 1994
- _____. “O sujeito e o poder”. In: DREYFUS, Hubert & RABINOW, Paul. (orgs.). *Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, p. 231-249, 1995.
- _____. *História da sexualidade I: a vontade do saber*. Rio de Janeiro: Graal, 2002.
- _____. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- _____. *Segurança, território e população*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- _____. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2014.
- FRANCO FERRAZ, Maria Cristina. *Homo deletabilis Corpo, percepção, esquecimento do século XIX ao XXI*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.
- _____. *Transformações biopolíticas: estranhamento e cultura somática*. Revista Ecopolítica. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/ecopolitica/article/view/13061/9564>>. Acesso em: JUL. 2014.
- FREIRE FILHO, João. “A felicidade na era da sua reprodutibilidade científica: construindo 'pessoas cronicamente felizes'”. In: *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010, p. 49-72.
- GARDNER, Chris. *À procura da felicidade*. Ribeirão Preto: Novo Conceito, 2011.
- GIL, José. *Portugal, hoje: o medo de existir*. Lisboa: Relógio d'Água, 2004.

- GILBERT, Elizabeth. *Comer, rezar, amar*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.
- GOLEMAN, Daniel. *Inteligência emocional*. São Paulo: Objetiva, 1995.
- GORZ, André. *O imaterial: conhecimento, calor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.
- GRAY, John. *Os homens são de Marte, as mulheres são de Vênus*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- ILLOUZ, Eva. *Saving the modern soul: therapy, emotions, and the culture of self-help*. London: University of California press, 2008.
- _____. *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- _____. *Pourquoi l'amour fait mal : L'expérience amoureuse dans la modernité*. Paris: Seuil, 2012.
- _____. *Hard-Core Romance: Fifty Shades of Grey: Best-Sellers, and Society*. Chicago: University Of Chicago Press, 2014.
- LAZZARATO, Maurizio. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira/Record. 2006.
- LEWIS, Michael. *The blind side: evolution of a game*. New York City: W. W. Norton & Company, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A elicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MCKEE, Robert. *Story*. Curitiba: Arte e Letra, 2006.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX: neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- NEGRI, Antonio. *Para uma definição ontológica da multidão*. Lugar Comum: estudos de mídia, cultura e democracia. Rio de Janeiro, n. 19-20, p. 15-26, jan./jun. 2004.
- NIETZSCHE, Friedrich. *Genealogia da moral*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- OTHER, Michael. *I beat the odds: from homelessness to The Blind Side and beyond*. London: Gotham Books, 2012.
- ORTEGA, Francisco. *O corpo incerto*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.
- PELBART, Peter Pál. *Vida capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- PERCY, Allan. *Nietzsche para estressados*. Rio de Janeiro. Sextante, 2011.
- RABINOW, Paul. *Antropologia da razão*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

REIMÃO, Sandra. "Os best-sellers de ficção no Brasil 1990-2000". In: Carlos J.F. Jorge e Christine Zurbach. (Org.). *Estudos Literários/ Estudos Culturais*. 1ed.Évora: Universidade de Évora, v. 1, 2001, p. 1-15, 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/10350422397584083529631387364826498482.pdf>>. Acesso em: JUN. 2014.

ROSE, Nikolas. *Biopolitics of Life Itself: Biomedicine, Power, and Subjectivity in the Twenty-First Century*. Princeton: Princeton University Press, 2007.

RÜDIGER, Francisco. *Literatura de auto-ajuda e individualismo*. Porto Alegre: Gattopardo, 2010.

_____. *A experiência amorosa na literatura de autoajuda: terapia e intimismo*. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 17, 2010b, p. 129-141. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/ecopolitica/article/view/13061/9564>>. Acesso em: DEZ. 2014.

SANDEL, Michael. *O que o dinheiro não compra, os limites morais do mercado*. Rio de Janeiro: Civilização, 2012.

SANTOS DE SOUSA, *Este livro mudará a sua vida: uma análise da persuasão em capas de livros de auto-ajuda*. Dissertação (Mestrado em Linguística). João Pessoa: UFPB, 2009.

SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: o desaparecimento das virtudes com o novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Editora Best Seller, 2012.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

_____. A moral da pele lisa e a censura midiática da velhice: O corpo velho como uma imagem com falhas. In: GOLDENBERG, Mirian. *Corpo, envelhecimento e felicidade*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2011; p. 83-108. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/345/pdf>>. Acesso em: JAN. 2014.

_____. *A escola no mundo hiperconectado: redes em vez de muros?*. Matrizes (USP. Impresso), v. 5, p. 195-211, 2012.

SMILES, Samuel. *Ajuda-te* (1859). Rio de Janeiro/Paris: Garnier, s.d.

TUCHERMAN, Ieda. *Biopolítica, mídia e autoajuda: segredo ou sintoma?*. Revista Galáxia, São Paulo, n. 20, p. 32-43, 2010. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/3335/3227>>. Acesso em: JUN. 2013.

TUCHERMAN, Ieda; CAVALCANTI, Cecilia. *Sociedade biotecnológica de mercado: subjetividade contemporânea e autoajuda*. XXII Encontro Anual da Compós, Bahia, 2013.

TUCHERMAN, Ieda; DE PAULA SANTOS, Leandro. *A fé não costuma falhar: sobre crenças e outras ajudas*. XXIII Encontro Anual da Compós, Pará, 2014. Disponível em: <
http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT03_COMUNICACAO_E_CULTUR A/texto_compos_tucherman_santos_2153.pdf>. Acesso em: JAN. 2015.

TUCHERMAN, Ieda; SAINT-CLAIR, Ericson. *O corpo transparente: dispositivos de visibilidade e mutações do olhar*. Intexto, v. 2, n.19, p. 1-17, 2008. Disponível em: <
<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/8000/4767>>. Acesso em: JAN. 2013.

_____. *Turbinando cérebros, construindo corpos: sobre mídia, biotecnologias e eficácia*. Revista Interin, Curitiba, n. 8, p. 1-10, 2009. Disponível em: <
http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/itucherman_9.pdf>. Acesso em: JUN. 2013.

VAZ, Paulo. “A vida feliz das vítimas”. In: FREIRE FILHO, João. (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010; p.135-164.

_____. *Na distância do preconceituoso: narrativas de bullying por celebridades e a subjetividade contemporânea*. XXIII Encontro Anual da Compós, Pará, 2014. Disponível em: <
http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT06_COMUNICACAO_E_SOCIALIDADE/paulovaz1compos2014_2186.pdf>. Acesso em: JUN. 2014.

TURNER, Graeme. *Cinema como prática*. São Paulo: Summus, 1997.

VOGLER, Christophler. *A jornada do escritor*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

XAVIER, Ismail. “Do texto ao filme: a trama, a cena e a construção do olhar no cinema”. In: PELLEGRINI, Tânia [et al.]. *Literatura, cinema e televisão*. São Paulo: Senac & Instituto Itaú Cultural, 2003, p. 61-89

_____. *O olhar e a cena. Melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues*. São Paulo: Cosac e Naify, 2003.

Referências audiovisuais:

“Médica, bonita e solteira” (*Sex and the single girl*). EUA. 1964. Direção: Richard Quine. 110 min;

“Tudo o que você sempre quis saber sobre sexo (mas tinha medo de perguntar)” (*Everything you always wanted to know about sex*but were afraid to ask*) EUA. 1972. Direção: Woody Allen. 88 min;

“O Guarani”. BRA. 1997. Direção: Norma Bengell. 91 min;

“Villa-Lobos – Uma vida de paixão”. BRA. 2000. Direção: Zelito Viana. 132 min;

“Show bar” (*Coyote ugly*). EUA. 2000. Direção: David McNally. 100 min;

“Elogio ao amor” (*Éloge de l’amour*). FRA. 2001. Direção: Jean-Luc Godard. 97 min;

“Meninas malvadas” (*Mean girls*). EUA. 2004. Direção: Mark Waters. 97 min;

“Coach Carter - Treino para a vida” (*Coach Carter*). EUA. 2005. Diretor: Thomas Carter. 136 min;

“A marcha dos pinguins” (*March of the penguins*). FRA&EUA. 2005. Diretor: Luc Jacquet. 80 min;

“O Segredo” (*The Secret*). EUA. 2006. Direção: Drew Heriot. 90 min;

“À procura da felicidade” (*The pursuit of happiness*). EUA. 2006. Direção: Gabriele Muccino. 117 min;

“Entre os muros da escola” (*Entre les murs*). FRA. 2008. Direção: Laurent Cantet. 128 min;

“Ele não está tão afim de você” (*He’s just not that into you*). EUA. 2009. Direção: Ken Kwapis. 129 min;

“Um sonho possível” (*The blind side*). EUA. 2009. Diretor: John Lee Hancock. 128 min;

“Comer, rezar, amar” (*Eat, pray, love*). EUA. 2010. Diretor: Ryan Murphy. 133 min;

“Filme socialista” (*Film socialisme*). FRA. 2010. Diretor: Jean-Luc Godard. 101 min;

“Nosso Lar”. BRA. 2010. Direção: Wagner de Assis. 102 min;

“Paris-Manhattan” (*Paris-Manhattan*). FRA. 2011. Diretor: Sophie Lellouche. 77 min;

Think like a man. EUA. 2012. Direção: Tim Story. 122 min;

“Frozen – Uma aventura congelante” (*Frozen*). EUA. 2013. Direção: Chris Buck e Jennifer Lee. 102 min;

“Gravidade” (*Gravity*). 2013. USA. Direção: Alfonso Cuarón. 91 min;

“O que esperar quando você está esperando” (*What to expect when you’re expecting*). EUA. 2012. Direção: Kirk Jones. 110 min;

“Livre” (*Wild*). EUA. 2014. Direção: Jean-Marc Vallée. 116 min;

“Cinquenta tons de cinza” (*Fifty shades of Grey*). EUA. 2015. Direção: Sam Taylor-Johnson. 125 min.