

**LITERATURA DE AUTOAJUDA:  
aproprio-me, logo existo!**

Claudemir BERTUOLO<sup>1</sup>

**Resumo:** O trabalho analisa os textos dos dois livros de autoajuda mais vendidos na década de 90, segundo o jornal *Folha de S.Paulo*: *O sucesso não ocorre por acaso* e *Você pode curar sua vida*, sob o enfoque da teoria da recepção nos estudos da comunicação de massa e da literatura. Após a análise percebe-se que, embora tratando de assuntos diferentes, o discurso dos livros é único e os textos estão carregados de convites para a inserção do receptor, principalmente pela universalidade dos termos, pelo vazio proposital ou até mesmo pelo óbvio. Verifica-se também nas duas obras que os autores se ausentam em muitos momentos, dando lugar ao leitor. Esse, por sua vez, assume seu papel de coautor. Assim, o grande poder dos livros está nas mãos daqueles que deles se apropriam.<sup>2</sup>

**Palavras-chave:** Livro. Autoajuda. Usos e Gratificações. Estética da Recepção.

### **Introdução**

Em meados dos anos de 1800, o médico escocês Samuel Smiles lançava um livro de sucesso, escrito de forma totalmente diferente daqueles que existiam na época, com o sugestivo título *Self-help*. Este foi o pontapé inicial para um novo gênero da literatura mundial: o livro de autoajuda.

A julgar pela atual disseminação, em âmbito mundial, dessas e outras práticas mais comumente agrupadas sob a genérica denominação de “autoajuda”, a delicada premissa “acredite que você pode ser um sucesso e você será” subiu de degrau. Agora, movimentou o mercado editorial com números assustadores.

Os livros de autoajuda envolvem uma única realidade, a dificuldade do homem moderno em enfrentar os paradigmas do seu tempo. Dentre tantas estruturas e interrogações, a

---

<sup>1</sup>Mestre em Letras pela Universidade Vale do Rio Verde – Unincor, Três Corações, MG, Brasil. E-mail: [cbertuolo@uol.com.br](mailto:cbertuolo@uol.com.br)

<sup>2</sup> Este artigo é parte da dissertação de mestrado apresentada na Universidade Vale do Rio Verde – Unincor, Três Corações, MG, Brasil.

literatura surge com o compromisso de reproduzir o cotidiano do leitor e tornar fácil tudo o que parece, à primeira vista, ser difícil para a maioria.

O estudo objetiva analisar os textos dos dois livros de autoajuda mais vendidos na década de 90, segundo o jornal *Folha de S.Paulo*. Dentre os veículos de comunicação que divulgam as listagens dos mais vendidos, considerou-se as do Jornal *Folha de S.Paulo* pela possibilidade de recuperação dos dados e pela constância na divulgação.

O trabalho utiliza o método qualitativo com base nos estudos da recepção dos meios de comunicação de massa, em particular a dos “usos e gratificações”, e os estudos da lingüística. A pesquisa bibliográfica será desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros, dissertações de mestrado, teses de doutorado e artigos científicos.

Tem-se como questionamentos: Qual o discurso presente nos dois livros de autoajuda mais vendidos na década de 90, sob o olhar da participação do autor e leitor, na perspectiva das solicitações de presença e exigências do texto? Que características e estratégias textuais estão presentes nos livros que compõem o universo de envolvimento do leitor e o faz contribuir com os textos para a produção de sentido?

O trabalho está estruturado em quatro momentos. No primeiro, intitulado “Livro: signo cultural e mercadoria”, parte-se da configuração do livro enquanto produto para, posteriormente, chegar aos dois livros mais vendidos na década de 90, dentro do segmento autoajuda, segundo as listagens de vendas do Jornal *Folha de S.Paulo*.

Na seqüência, dentro do tópico “A autoajuda no divã”, discorre-se sobre a origem dos livros e apresenta-se uma pesquisa apontando quem são os leitores de autoajuda.

Nos dois últimos momentos do trabalho tem-se a apresentação das teorias da recepção e, por fim, a análise dos dois livros de autoajuda mais vendidos na década de 90.

### **Livro: signo cultural e mercadoria**

O livro, embora seja resultado de uma operação industrial, é entendido como um suporte que carrega variáveis com significados que extrapolam sua materialidade, como a finalidade e as razões a que se destina. Há ainda, ligado a essa defesa, o fato de o livro ser o

suporte no qual se firma e perpetua o conhecimento e se materializam as paixões, os medos e os mais diversos fatos captados pelo coração e a alma.

No entanto, não há como negar que o livro é uma mercadoria produzida para o comércio e para o lucro (CHARTIER; ROCHE, 1995, p. 99). Mas para entendê-lo assim, a primeira providência é “dessacralizá-lo” e compreender sua participação na sociedade, indo além do que o autor ou a crítica pensa sobre ele e o que vai escrito nele (DÓRIA, [s.d]).

Uma das formas de medir o mercado livreiro, pelo menos em relação aos títulos preferidos, são as listagens dos mais vendidos divulgadas pela grande mídia. E, fazendo uso dessas listas dos mais vendidos, tem-se que a década de 1990 é, indiscutivelmente, a década dos livros de autoajuda. Dos 200 livros mais vendidos, considerando os livros de “ficção” e “não ficção”, 22% são obras de autoajuda, o restante divide-se entre 27 gêneros<sup>3</sup>. Para se ter uma ideia desta representação na década, em 1994, a publicação de livros de autoajuda foi de 400.000 exemplares, contra 2 milhões em 1999, um crescimento de 400% (MARTHE, 2002).

Considerando todos os autores de autoajuda que estão presentes nas listagens de mais vendidos do Jornal *Folha de S.Paulo* na década de 90, os dois livros mais citados são: *O sucesso não ocorre por acaso*, do médico brasileiro Lair Ribeiro, e *Você pode curar sua vida*, da autora Louise Hay, constituem os dois livros para análise neste trabalho.

### **A autoajuda no divã**

Os livros de autoajuda já existem há muito tempo, acredita-se que “os primeiros livros vieram dos púlpitos protestantes, em meados do século XVIII, e foram escritos por pastores” (LACERDA; VIALLE, 2005, p. B10), mas o marco, segundo Ruddiger (1995), é o livro *Self-help*, do médico Samuel Smiles, nascido na Escócia, e que viveu entre 1841 e 1904. Esse livro foi lançado no Brasil sob o título *Ajuda-te* e “publicado em mais de oito línguas”, chegando “a ser reimpresso cinquenta vezes no século passado”. Em sua obra, Smilles ocupa quase todas as 468 páginas do seu livro com exemplos de comportamento e perseverança de

---

<sup>3</sup> O termo “gênero” será utilizado de acordo com a explicação de René Wellek, (*apud* Sodré, 1988, p.25): “[...] agrupamento de obras literárias baseado teoricamente tanto na forma exterior (metro ou estrutura específicos) como na interior (atitude, tom, propósito; em termos mais toscos: tema e público).

“grandes” homens de sua época que conseguiram sucesso com ações baseadas na moral e no caráter

No seu desenvolvimento histórico os assuntos tratados pelos livros foram se alterando. Rüdiger (1995) identifica três grandes momentos da literatura<sup>4</sup> de autoajuda:

- (1) abordagem que envolvia a moral e o caráter na prática diária do trabalho. Uma valorização de configurações da sociedade para o desenvolvimento de um bom trabalho;
- (2) a espiritualidade, como centralidade na vida do homem e, a partir dela, o sucesso. Neste momento as grandes conquistas não contemplam necessariamente riquezas materiais;
- (3) a postura pessoal, desencadeada por poderes internos e mentais, na busca pelo sucesso. Aqui as indicações são para vencer, o que implica a superação do obstáculo, mesmo que seja um outro indivíduo.

Mas, independentemente de seu conteúdo, do que efetivamente tratam os livros de autoajuda? Rüdiger (1995) ressalta que a literatura constitui uma das mediações através das quais as pessoas procuram construir um “eu” de maneira reflexiva, para então enfrentar os problemas impostos pela sociedade.

Em síntese, o fenômeno refere-se ao conjunto textualmente mediado de práticas através das quais as pessoas procuram descobrir, cultivar e emprestar seus supostos recursos interiores e transformar sua subjetividade, visando a conseguir uma determinada posição individual supra ou intermundana. Fundamenta-se no princípio de que ‘você tem em seu interior os recursos necessários para obter sucesso, a concretização de seus objetivos, felicidade e qualquer outra coisa necessária para desfrutar de uma vida completa’ (RÜDDGER, 1995, p. 11).

De outra forma, os livros têm a função de resgatar os recursos que convivem “no” e “com” o indivíduo para que este possa visualizar alternativas para a solução dos problemas. Nesta concepção, a autoajuda traz à superfície elementos necessários para transformar o real do leitor, é uma literatura de resgate, ensinamentos e orientações pessoais aos múltiplos

---

<sup>4</sup> No trabalho “literatura” será abordada conforme o entendimento de “literatura de autoajuda” de Rüdiger (1995, p. 11): “fenômeno referente ao conjunto textualmente mediado de práticas através das quais as pessoas procuram descobrir, cultivar e empregar seus supostos recursos interiores e transformar sua subjetividade, visando a conseguir uma determinada posição individual supra ou intramundana.”

questionamentos do homem moderno, não importando se homens ou mulheres, brancos ou pardos, ricos ou pobres, alunos ou professores.

Uma pesquisa feita no ano de 2001, intitulada de “Retrato da Leitura no Brasil” (MARTHE, 2002), dá uma ideia do público. Sabe-se que 55% são homens, a preferência é maior à medida que a idade aumenta. 40% dos entrevistados têm mais de 40 anos, 30% dos leitores e 16% pertencem à classe A, seguidos empatados por 34% das classes B e C.

Com esta variedade de público, é certo que a autoajuda não consegue aprovação unânime. Se por um lado há quem aprove o gênero, outros preferem entendê-lo como literatura de conteúdo de consumo e que ajuda tão somente quem escreve. Mas, independentemente das opiniões quanto à contribuição ou conteúdo, o que se pretende aqui é apresentar o leitor como o grande responsável pelo sucesso dos livros e que, para ele, a literatura tem valor de uso e traz recompensas. Se há consumo, há identificação e isto precisa ser levado em consideração. A proposta, assim, é pensar o livro de autoajuda sob o olhar da recepção.

### **O livro de autoajuda na perspectiva da Recepção**

Dentro da comunicação de massa, destaca-se a teoria dos “usos e gratificações” nos estudos da recepção. A teoria tem como linha de discussão que as mensagens são recepcionadas conforme as necessidades do receptor e não com os desejos do emissor. Nesta concepção, “o receptor passa a ser visto como sujeito agente, capaz de praticar processos de interpretação e satisfação de necessidades” (HOHLFELDT, 2001, p.129).

Nos apontamentos dos estudos da recepção (1) o receptor é um sujeito ativo no processo de comunicação de massa, (2) as escolhas dele estão subordinadas às influências psicológicas, sociais, ambientais e conjunturais e, (3) a exposição do receptor ao meio de comunicação é um ato intencional, não casual, uma vez que tem à sua disposição outras formas de gratificações não relacionadas aos produtos da comunicação de massa (RUÓTOLO, 1998, p.162).

Alguns conceitos se firmam com as colocações deste modelo teórico que valoriza o receptor diante dos meios de comunicação. O primeiro é que há uma leitura negociada entre

leitor, obra e autor, e o livro, se torna eficaz “se” e “na” medida que o leitor lhe atribui eficácia. Outro ponto importante é o caráter ativo do leitor e sua capacidade de selecionar o que ler diante de suas necessidades de informação e aconselhamento. Por fim, que o prazer da leitura e satisfação quanto à obra lida diz respeito apenas a ele, leitor.

Dentre os estudos da recepção presente nos estudos literários, faz-se um recorte para pensar a “estética da recepção”, desenvolvida pelo teórico alemão Hans Robert Jauss. Na teoria de Jauss (1994), a questão artística de um texto deve ser considerada pelo efeito que esse provoca nos leitores, em uma articulação da recepção do texto no decorrer da história, considerando também a experiência de vida do leitor. Nesta proposta teórica, o texto não é apenas um conjunto organizado de palavras com o propósito de transmitir ideias de um autor.

Para os estudos da recepção, o sentido de um texto não é definido pelo autor e nem dado como algo acabado, a obra literária só exerce a plenitude de seu papel quando entra em contato com o leitor, há um deslocamento da obra para o leitor e esse vai se tornar partícipe do sentido a partir de seus conhecimentos, experiências e vivências em relação ao texto, assim, o ato de ler tem, como proposta, recriar o texto.

Para Hans Robert Jauss, a estética da recepção se estrutura teoricamente na obra literária enquanto arte e também pela historicidade.

A relação entre literatura e leitor possui implicações tanto estéticas quanto históricas. A implicação estética reside no fato de já a recepção primária de uma obra pelo leitor encerrar uma avaliação de seu valor estético, pela comparação com outras obras já lidas. A implicação histórica manifesta-se na possibilidade de, numa cadeia de recepções, a compreensão dos primeiros leitores ter continuidade e enriquecer-se de geração em geração, decidindo, assim, o próprio significado histórico de uma obra e tornando visível sua qualidade estética (JAUSS, 1994, p.23).

A obra, enquanto arte, no caso deste estudo, o livro, contempla o prazer estético em três categorias fundamentais da experiência estética em uma relação dinâmica entre autor, livro e leitor. A experiência estética considera a literatura enquanto produção, recepção e comunicação ou *poiesis*, *aisthesis* e *katharsis*, respectivamente.

*Poiesis* significa o “prazer ante a obra que nós mesmos realizamos” (JAUSS, 2002, p.100), trata-se da interação entre autor e leitor, onde esse leitor, no apreço da obra, atualiza o sentido do belo, encanta-se e eleva-se à condição de coautor.

*Aisthesis* “designa o prazer estético da percepção reconhecadora e do reconhecimento perceptivo”, é o efeito da obra literária sobre o leitor, onde se dá uma “recepção prazerosa do objeto estético como uma visão intensificada [...] como uma visão renovada” (JAUSS, 2002, p.101).

*Katharsis* é “aquele prazer dos afetos provocados pelo discurso ou pela poesia, capaz de conduzir o ouvinte e o espectador tanto à transformação de suas convicções quanto à liberação de sua psique” (JAUSS, 2002, p.101). Diz respeito à função social, é a ação provocada pela experiência, é o sentimento transformador a partir da leitura da obra.

A historicidade proposta por Jauss trata de pensar as sucessivas leituras diferenciadas pelas quais a obra passa no decorrer da história. Autor e obra vêm à luz no momento em que são lidos, ou seja, firmam-se na história no instante em que são reconhecidos pelo leitor. Jauss fundamenta metodologicamente sua teoria da estética da recepção em sete teses:

1ª Tese - **Relação dialógica**. A historicidade se firma no tempo presente onde autor e obra são lidos, os acontecimentos do passado são atualizados pelo leitor no momento presente. Nesta relação dialógica “a história da literatura é um processo de recepção e produção estética que se realiza na atualização dos textos literários por parte do leitor que os recebe, do escritor, que se faz novamente produtor” (JAUSS, 1994, p. 25).

2ª Tese - **Sistema de referência (conhecimento prévio)**. São as experiências pessoais ou o “saber prévio” por parte do leitor. “A obra que surge não se apresenta como novidade absoluta num espaço vazio, mas por intermédio de avisos, sinais visíveis e invisíveis, traços familiares ou indicações implícitas, predispõe seu público para recebê-la de uma maneira bastante definida” (JAUSS, 1994, p. 28).

3ª Tese - **Distância estética**. Por esta tese, o valor a ser atribuído pelo leitor para a obra depende da percepção estética desse leitor. O maior ou menor valor estético está ligado ao horizonte de expectativas do leitor em relação à obra. Se este distanciamento for pequeno dirá Jauss, trata-se de uma obra “culinária” ou ligeira, que se caracteriza “pelo fato de não exigir nenhuma mudança de horizonte, mas sim de simplesmente atender a expectativas que delineiam uma tendência dominante no gosto, na medida em que satisfaz a demanda pela reprodução do belo usual” (JAUSS, 1994, p. 32).

4ª Tese - **Reconstrução do horizonte de expectativas.** Esta reconstrução, segundo Jauss, é de fundamental importância para conhecer a história do efeito. A “reconstrução” estabelece a comunicação da obra com o leitor, no sentido de responder às perguntas que foram respondidas no passado. “Só se pode entender um texto quando se compreendeu a pergunta para a qual ele constitui uma resposta” (JAUSS, 1994, p. 37).

5ª Tese – **Estudo diacrônico.** Nesta tese, Jauss propõe a consideração do texto diante das diversas recepções no decorrer do tempo. O estudo diacrônico pensa a obra no contexto histórico da produção e, em uma análise horizontalizada, nos diferentes momentos históricos em que foi recebida. Nas palavras de Jauss, “um passado literário só logra retornar quando uma nova recepção o traz de volta ao presente, seja porque, num retorno intencional, uma postura estética modificada se reapropria de coisas passadas” (JAUSS, 1994, p. 44).

6ª Tese - **Estudo sincrônico.** Nesta proposta, as referências passadas da obra são vistas na atualidade sob um mesmo horizonte. É no encontro entre o estudo diacrônico e o sincrônico que a historicidade da literatura pode ser melhor compreendida. “Cada sistema sincrônico tem de conter também seu passado e seu futuro, na condição de elementos estruturais inseparáveis” (JAUSS, 1994, p.48).

7ª Tese – **Nexo funcional entre literatura e sociedade.** A tese diz respeito aos efeitos éticos, sociais e psicológicos que a obra pode causar em seus leitores, indo além da percepção estética. “A experiência da leitura logra libertá-lo das opressões e dos dilemas de sua práxis de vida, na medida em que o obriga a uma nova percepção das coisas” (JAUSS, 1994, p. 52).

Os pressupostos teóricos aqui tratados serão retomados na próxima etapa, à medida da pertinência, na análise dos dois livros mais vendidos na década de 90, segundo as listagens dos mais vendidos: *O sucesso não ocorre por acaso* do autor Lair Ribeiro e *Você pode curar sua vida*, da autora Louise Hay.

### **É preciso ler para ser**

Uma vez contemplado parte do ambiente em que o livro de autoajuda está inserido, os livros *O sucesso não ocorre por acaso* e *Você pode curar sua vida*, são analisados na



perspectiva das solicitações de presença e exigências do texto que envolve o leitor e o faz cooperar para a produção de sentido.

### **Sinopse: livros, autores e assuntos**

O livro *O sucesso não ocorre por acaso*, cujo exemplar analisado é de 1993, na sua 71ª edição, tem 127 páginas, está estruturado em vinte capítulos abordando as “18 leis Universais do Sucesso”. Trata, segundo descrição na própria obra, de “técnicas surpreendentes, ao mesmo tempo simples e sofisticadas”, dos segredos do sucesso, “revelando novos paradigmas que mexem com a maneira de raciocinar e de atuar no universo”.

O autor de *O sucesso não ocorre por acaso*, Lair Ribeiro, é médico cardiologista, formado na Universidade Federal de Juiz de Fora (MG), com mestrado em cardiologia. Viveu 17 anos nos Estados Unidos realizando treinamentos e pesquisas na Harvard University, no Baylor College of Medicine e na Thomas Jefferson University e foi diretor da Merck Sharp & Dohme e da Ciba-Geigy Corporation (RIBEIRO, [s.d.]). De acordo com o autor, os 27 títulos lançados por ele, em 40 países, já venderam três milhões de exemplares, dentre esses números está *O sucesso não ocorre por acaso*, com 1,7 milhão de exemplares vendidos em nove idiomas.

O livro *Você pode curar sua vida*, na sua 90ª edição em 2008 e que será utilizado para análise, apresenta nas suas 251 páginas, indicações de como livrar-se das doenças do corpo. A autora considera que as doenças têm origem na culpa, nos ressentimentos, na autocrítica e dissabores da vida, que acumulados, acabam gerando doenças. Destaca-se o capítulo quinze que, com 49 páginas, traz uma lista de moléstias e distúrbios de saúde com a causa provável e as afirmações de cura correspondentes.

Em relação a autora Louise L. Hay, o que se tem de concreto é o que está na contra capa do livro: orientadora espiritual, professora e palestrante, cujos livros de sucesso mundial já foram traduzidos para 25 idiomas em 33 países, sendo ela fundadora da Hay House, editora especializada em produtos que colabora com a cura do planeta. O que se sabe ainda, pelas vozes da sua autobiografia, em livros, *blogs* e *sites* é que após um diagnóstico de câncer, “considerou as alternativas de cirurgia e drogas e, ao invés, desenvolveu um intensivo

programa de afirmações, visualizações, reequilíbrio nutricional e psicoterapia. Dentro de seis meses, ela estava completamente curada do câncer” (BLOG STUM, [s.d]).

### **Estratégias textuais**

As estratégias se constituem em recursos linguísticos importantes no envolvimento do leitor à medida que geram sentidos, o autor indica, mas cabe ao leitor atribuir significados. Essas operações e movimentos linguísticos fazem o leitor tornar-se ativo no processo de comunicação à medida que o texto fala para ele e com ele e cabe ao sujeito leitor conferir vida ao texto a partir destas estratégias presentes no texto.

Para exemplificar as estratégias presentes nas obras analisadas, foi feita uma seleção de frases ao acaso, sempre com grifo nosso, quando da necessidade de marcar as presenças dentro do enunciado. Importante ressaltar que o número de exemplos citados é exatamente o mesmo para cada livro.

### **Pronomes “você” e “seu/sua”**

A primeira observação que salta aos olhos nos livros de autoajuda é a quantidade de pronomes “você” e “seu”, presentes no texto. A todo momento recorrem-se a eles para garantir a presença do leitor. Só na primeira página do livro *O sucesso não ocorre por acaso*, em um total de 20 linhas, as palavras “você” e “seu/sua” aparecem 12 vezes. O “você” no livro não é para um alguém distante e não especificado, ele sempre tem o sentido de afinidade, de uma conversa amiga, verdadeira. O pronome “você”, aumenta a intimidade entre o autor e o leitor, há uma relação intimista, quase beirando a confiança. O autor, ao falar para “você”, estabelece um grau de solidariedade com a recepção, há uma “pessoalização” do texto capaz de facilitar a leitura e quebrar a distância que poderia existir entre autor e leitor.

É importante registrar que a autoajuda tem como objetivo dar dicas convenientes aos seus leitores de forma que os leitores delas se apropriem e passem a elaborá-las no cotidiano como verdades facilitadoras. Verifica-se que o tom imperativo das frases vem reforçar a particularidade e tirar o leitor da multidão.

## **O poder de quem lê**

Outra estratégia textual muito presente nos livros analisados é dizer ao leitor que ele tem uma força maior que qualquer obstáculo existencial. É possível identificar nos livros analisados que as questões de poder envolvem o leitor no tocante à sua personalidade e à necessidade de participação social. O leitor encontra nas palavras de “poder”, segurança para agir e, assim, resolver suas angústias e posicionar-se socialmente.

Por outro lado, recuperando as proposições de Jauss (2002), em relação à experiência estética da recepção diante da obra, o leitor se apropria prazerosamente destas palavras de poder e força e tem uma visão intensificada e renovada, concretizando uma nova percepção de mundo e um novo olhar da realidade. A *Katharsis* acontece no momento que o prazer dos afetos provocados pelo discurso conduz a recepção tanto à transformação quanto à liberação de sua psique (JAUSS, 2002, p.101), e isso é exatamente a proposta do livro de autoajuda, provocar e despertar o leitor para a mudança. A reação para a purificação do indivíduo é uma necessidade presente na catarse, e é da relação do texto com a recepção que esta transformação acontece.

## **O poder de quem fala**

E de onde vem a autoridade do autor? Inicialmente cabe a proposição de que toda autoridade é outorgada, concedida, facilitada. Assim, já se estabelece de imediato que o poder do autor reside na concessão do leitor. A autoridade só se firma na relação entre mando e mandado e é nesta interação ajustada, no caso da autoajuda, que o poder se justifica cognitivamente e afetivamente para o leitor e permite que esse conquiste seu espaço ou resolva suas aflições.

A autoria carrega um discurso de quem conheceu antes, mas só se estabelece a partir da abertura e confiança partilhada à medida que há posse amigável das transmissões simbólicas do texto, reconhecimento e concordância com o precedido. Assim, o poder do autor vem da experiência particular descrita, mas fundamentalmente da receptividade afetiva do leitor.

Pensando as teorias da recepção, vê-se na 1ª tese de Jauss, “relação dialógica”, uma perspectiva de análise. Embora, tratando da historicidade da obra em si, da sua validade contínua independente do tempo de edição e leitura, os pressupostos teóricos de Jauss se prestam satisfatoriamente para a análise aqui pretendida. Jauss diz que os acontecimentos do passado são atualizados pelo leitor no momento presente, o recado serve para o momento da leitura. Na proposta indicada aqui, esta atualização temporal e de diálogo se concretizam no processo de validação da experiência vivida pelo autor e levada em consideração pelo leitor.

O importante é que o acontecimento de ontem serve para o hoje da recepção por meio da atualização em duas direções: a) a validade da fala, onde as experiências relatadas servem para prevenir o leitor de maneira a não incorrer nas mesmas angústias e/ou curá-lo das “doenças”, como propõe o livro de Hay, ou para dar como certo um pensamento e posicionamento, como pretende a obra de Ribeiro; b) o reconhecimento do poder, no sentido de que o autor conseguiu, teve forças e/ou acertou no caminho escolhido e que ora é indicado para o leitor.

### **Recepção ativa**

Um dos pilares da teoria da recepção, sob o prisma da comunicação de massa, sustenta que o receptor é sujeito ativo no processo de interação com o meio, considerando as possibilidades de escolha por um meio em detrimento do outro e pela ação recíproca com a mensagem (RUÓTOLO, 1998, p.162). Nos livros de autoajuda analisados estas duas ações são evidentes, a primeira quando o leitor opta pelo livro em detrimento de outro, a segunda, pela necessidade de interpretação e complementação do texto por parte da recepção. Aqui o leitor não é um sujeito passivo que segue apenas o texto, ele age sobre o texto incompleto através da leitura e essa ação dá valor ao texto, desafiando uma interação entre autor e leitor. Há na distância uma interatividade que, no caso específico do leitor de autoajuda, contribui para melhorar sua vida, tornando a obra uma ferramenta solucionadora de problemas.

Nesta discussão, o texto emancipa o leitor na medida que esse participa, negocia, é agente. Portanto, o texto é eficaz “se” e “na” medida em que o leitor lhe atribui eficácia e valor através da sua participação ativa.

### **A leitura libertadora**

Uma das teses de Jauss (1994, p.52) em relação à estética da recepção, diz sobre o “nexo funcional entre literatura e sociedade”. Por esta proposta, a obra pode despertar efeitos éticos, sociais e psicológicos no leitor, provocando uma nova percepção das coisas. Isso Jauss discute na perspectiva das literaturas de uma maneira geral. Transportando estas ideias para os livros de autoajuda, elas são mais presentes, porque a proposta central deste segmento é provocar uma alteração no comportamento dos leitores, levando-os a sair de uma situação de não conformidade.

A leitura do livro de autoajuda significa para o leitor comprometer-se, elaborar desafios, acompanhar os resultados e transformar-se. É portanto, uma apropriação do texto e, ao mesmo tempo, o estabelecimento de um contrato para a construção de novo jeito de agir, pensar e atuar. Uma vez que o leitor de autoajuda está em busca de socorro, o texto lido desperta uma nova postura no “terreno” social. Para Jauss (1994, p.52) a leitura é a libertação das opressões e dilemas da vida, em específico na autoajuda, a tese do autor reflete por completo a realidade porque possibilita ao leitor uma nova percepção do cotidiano dele. A leitura tem por princípio primeiro, na autoajuda, proporcionar ao leitor a possibilidade dele sair do estado de inércia ou fazê-lo readquirir forças para suas realidades angustiantes do dia-a-dia.

### **A indeterminação**

Muito do que se lê nos livros de autoajuda fica para compreensão livre do leitor, no entanto, algumas falas são ainda mais contundentes em relação a esta complementação. A indeterminação presente no texto são “lugares vazios” que contribuem para a interação entre autor e leitor, onde, na admiração da obra, a recepção atualiza o sentido do prazer e se considera coautor e responsável por ela. É uma característica dos livros analisados deixarem este vazio e parece ser proposital exatamente para que o leitor se insira na obra e tome-a para si no sentido de colocá-la em prática da maneira como entender.

Jauss fala desta condição de “prazer ante a obra que nós mesmos realizamos” (2002, p. 100) considerando-a dentro da experiência estética enquanto produção, ou *Poiesis*. Nesta co-produção o leitor vai apropriando-se das pistas ou indicações deixadas pelo autor no sentido de construir seu próprio texto e, fundamentalmente, significados que lhes digam algo.

As obras estudadas utilizam como estratégia textual palavras com significados óbvios, vagos e/ou com possibilidades de dupla interpretação e/ou com reconhecimento, apreço, importância e valor particulares.

### **Considerações finais**

Procurou-se neste trabalho, a partir das teorias dos estudos da recepção dentro da comunicação de massa e da literatura, demonstrar a necessidade da presença do leitor na construção de sentido do texto de autoajuda, especificamente, nos livros que ocuparam o topo das listas dos mais vendidos na década de 1990.

Para se estabelecer o *corpus*, fez-se a partida pela constituição do livro enquanto mercadoria. A última década se estabelece com uma característica marcante dentre a vendagem de livros: a expressiva presença e crescimento da literatura de autoajuda. As listagens dos mais vendidos do jornal Folha de S.Paulo são analisadas e determinam os dois livros mais vendidos na década: *O sucesso não ocorre por acaso*, do médico brasileiro Lair Ribeiro, e *Você pode curar sua vida*, da autora Louise Hay.

Com o referencial determinado, os dois livros foram “recortados” para a análise. As partes, com situações semelhantes, foram agrupadas e permitiram um *corpus* menor para verificação da presença do leitor no texto. Ficou evidente, à luz de uma das teorias dos meios de comunicação de massa, especificamente a que trata dos “usos” dos meios por parte, no caso aqui leitor, e “gratificações”, ou seja, satisfações pela existência e possibilidade de leitura. Apenas embasados nesta teoria é possível perceber a relação estreita entre “emissor” e “receptor”.

De posse dos recursos metodológicos estabelecidos, foi possível identificar que as obras analisadas se constituem em um discurso único que exige a participação ativa do leitor. A construção textual está carregada de convites para a inserção do receptor, principalmente

pela universalidade dos termos, pelo vazio proposital ou até mesmo pelo óbvio. Percebe-se também nas duas obras, que o autor se ausenta em muitos momentos, dando lugar ao leitor e esse assume seu papel de coautor. Assim, o grande poder dos livros está nas mãos daqueles que deles se apropriam. Sem ignorar que vez ou outra o discurso é frágil, vazio e até mesmo inútil, é certo que a credibilidade dele não é pela imbecilidade do leitor, mas sim pela convocação que ele traz em sua construção.

Observa-se que a participação do leitor no decorrer do texto, são usadas estratégias textuais como os pronomes “você” e “seu/sua”. Em grande quantidade, os pronomes aproximam o receptor da situação narrada. O leitor acaba se apossando da obra porque ela lhe pertence, as propostas passam a ser experimentadas e vivenciadas em forma de sentimentos. Há de se considerar aqui, que o leitor está buscando ajuda, tem presente na sua leitura um vazio a ser preenchido e o texto assim, fica à disposição dele. Outra estratégia de texto é apresentar ao leitor a existência de uma força interna maior que o vazio experimentado. O receptor toma consciência desta força e sente-se seguro para agir. Assim, ele constitui-se.

Os relatos de vida do autor, através da superação ou crença na força interna, dão autoridade ao texto. A partir da narração o leitor atualiza o dizer para a sua realidade e passa a validá-lo para seu comportamento. Por outro ponto, ainda, a atualização se dá na prevenção do receptor em relação à situação descrita. A recepção ativa também está presente no pressuposto de conhecimento do autor e do fato narrado. Se esta presença do leitor não se estabelecer, o texto fica debilitado e pode não contribuir com a proposta de ajuda. A presença se dá com o leitor recuperando seus conhecimentos de vida e transportando-os para o texto, caso contrário, a reciprocidade fica prejudicada.

Avançando um pouco mais, o receptor está no texto e lhe atribui valor, à medida que vê relação entre o discurso e o seu mundo. Uma nova visão se firma diante dos fatos diários. Há de outra forma, uma integração do leitor no espaço social, à medida que encontra respostas às suas angústias, tensões e conflitos. Os livros analisados convidam em toda sua extensão à independência legítima, ainda que pela ótica dos direitos civis ou supremos.

Por fim, no trabalho e não nas possibilidades futuras, a indeterminação proporciona um universo de possibilidades ao leitor. Exatamente por apresentar um lugar vago, o receptor

pode ocupá-lo. E, pela vacância, o leitor faz a atualização a seu gosto e conveniência. Assim, o texto atende a diversas possibilidades de interpretações e experiências.

Após a leitura das duas obras analisadas, vê-se o grau de identidade presente nelas, embora cada uma trate de um assunto específico. Ambas dão poder ao leitor e este se apossa deste poder porque o texto assim o exige, estabelece-se um vínculo entre autor e leitor, entre conteúdo e realidade. As falas são compartilhadas por dois e únicos protagonistas e, talvez isso funcione bem porque, em última instância, um fala de caminhos para a felicidade e outro está em busca dela. Assim, ambos estão na mesma frequência ainda que em tempos, espaços ou posições aparentemente diferentes.

No entanto, o que foi demonstrado neste trabalho não encerra a análise da presença do leitor no discurso de autoajuda, mas talvez possa servir de subsídio para, acompanhado de novos estudos e metodologias, ampliar o pensamento e as discussões. Por isso mesmo o trabalho não se fecha com uma “conclusão”, mas com “considerações finais”, o que marca sua incompletude e brevidade, permitindo assim, novas interpretações e considerações.

Em síntese, o que este trabalho se propôs, é que o posicionamento em relação ao livro de autoajuda seja feito por quem dele é coautor. Isso significa reconhecer a autoridade do leitor e não sua impotência, significa reconhecer cada indivíduo leitor como sujeito ativo, que assim se constitui com base na sua vivência. Significa por fim, respeitar o outro, na sua existência, afinal, o direito de felicidade, mesmo que ela não venha pela ótica do analista em relação a determinada materialidade, é um bom começo para não se definir como pertencente a uma casta de privilegiados em conhecimento, cultura e discernimento. Reconhecer o direito de alguém querer pertencer e escrever a sua história a partir da leitura, é proporcionar a este leitor um belo começo de felicidade onde, ainda que não se reconheça, sabe-se que ao ler, ele participa da vida. A leitura dá à recepção o direito de pertencer, em um mundo que já tem muita exclusão.

O trabalho propôs apenas uma ajuda, afinal, há sempre novos caminhos!



## **Self-help Literature: I appropriate it, therefore I am!**

**Abstract:** *This article analyses the texts of two self-help literature books: Success doesn't happen just by chance and You can cure your own life, being, the two of them, the most sold during the 90's, according to São Paulo Newspaper La Folha: They're approached from the scope of the theory of reception used on both mass communication and literary studies. After the analyses we perceive that, although they deal with different subject matters, they imply a unique speech. Both texts are full of invitations in order to get reader involved and to insert him or her on the speech, mainly through the universality of the terms used, through the void of purpose, or even through the obviousness of the statements. We've also verified, in both books, that authors tend to erase and appear as if absent, in order to leave room for the reader, who, by means of this strategy becomes a sort of co-author. As a result, the great power of these books is in the very hands of those who appropriate them.*

**Keywords:** *Books. Self-help. Uses and gratifications. Aesthetics of reception.*

## **Referências**

### **Referências primárias:**

FOLHA DE S.PAULO. São Paulo: 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999.

### **Referências secundárias:**

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6029:2002. Rio de Janeiro, ABNT, 2002.

BLOG STUM. **Biografia de Louise Hay**. [S.l.: s.n], [s.d.]. Disponível em:

<<http://somostodosum.ig.com.br/blog/blog.asp?id=9742#>>. Acesso em: 20 nov. 2008.

CHARTIER, Roger e ROCHE, Daniel. O Livro. In: GOFF, Jacques Le. e NORA, Pierre.

**História: novos objetos**. Tradução Terezinha Marinho. 4.ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

- DÓRIA, Carlos Alberto. **Editoras: do arcaico ao grande capital**. São Paulo: Trópico., [s.d]. Disponível em: <<http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2473,1.shl>>. Acesso em: 26 nov. 2008.
- GASSET, José Ortega y. A chegada das massas. In: ROSENBERG, Bernard e WHITE, David Manning. **Cultura de massa: as artes populares nos Estados Unidos**. SAO PAULO: Cultrix, 1973.
- HAY, Louise. **Você pode curar sua vida**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2008.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. & FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- JAUSS, H. R. **A História da Literatura como Provocação à Teoria Literária**. Trad. bras. Sérgio Tellardi, São Paulo: Ática, 1994.
- \_\_\_\_\_. **Pequeña apología de la experiencia estética**. Trad. esp. Daniel Inneraty, Buenos Aires: Paidós, 2002.
- LACERDA, Ana Paula; VIALLI, Andréa. Auto-ajuda invade os escritórios. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 7 nov. 2005.
- MARTHE, Marcelo. O auto-astral da auto-ajuda. **Veja**, São Paulo: Editora Abril, ano 35, n. 45, p. 114-124, nov. 2002.
- RIBEIRO, Lair. **Biografia**. São Paulo: Site Lair Ribeiro, [s.d.]b. Disponível em: <<http://www.lairribeiro.com.br/obras.htm#osuccesso>>. Acesso em 23 nov. 2008.
- RIBEIRO, Lair. **O sucesso não ocorre por acaso**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1993.
- \_\_\_\_\_. **Conheça as obras de Lair Ribeiro**. São Paulo: Site Lair Ribeiro, [s.d.]a. Disponível em: <<http://www.lairribeiro.com.br/obras.htm#osuccesso>>. Acesso em 23 nov. 2008.
- RUDDIGER, Francisco. **Literatura de Auto-Ajuda e Individualismo: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1995.
- RUÓTOLO, Antônio Carlos F. Audiência e recepção: perspectivas. In. **Comunicação & Sociedade** n. 30. São Bernardo do Campo : UMESP, 1998.
- SMILES, Samuel. **Ajuda-te!** Rio de Janeiro: H. Garnier, [s.d].
- SODRÉ, Muniz. **Best-Seller: A literatura de Mercado**. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1988.