

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Escola de Ciência da Informação
Núcleo de Informação Tecnológica e Gerencial
Curso de Especialização em Gestão Estratégica da Informação

JOSIDELI CRISTINA RAMOS ANDRADE

**LITERATURA DE AUTOAJUDA:
o papel informacional na sociedade contemporânea**

Belo Horizonte
2014

JOSIDELI CRISTINA RAMOS ANDRADE

**LITERATURA DE AUTOAJUDA:
o papel informacional na sociedade contemporânea**

Monografia apresentada ao curso de Especialização
em Gestão Estratégica da Informação da
Universidade Federal de Minas Gerais.

Orientadora: Profa. Dra. Maria da Conceição
Carvalho

Belo Horizonte
2014

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é fruto da ajuda coletiva que veio de muitos lados. Gostaria de agradecer às pessoas que, de alguma forma, também são responsáveis por essa conquista. Cada uma tem a sua importância e sabe que ocupa um lugar especial. Espero que se sintam abraçadas e recebam minha gratidão.

Aos colegas do curso de especialização, que compartilharam momentos de conhecimento e aprendizado: Eliane, Ivânia, Rafael, Rogério, Augusto, Kátia, Isa.

À minha orientadora, professora Maria da Conceição Carvalho, pela paciência, compromisso, disponibilidade, atenção e orientação objetiva. À Sônia, secretária do curso, por sua gentileza e simpatia. Muito obrigada às duas, pela confiança na execução deste trabalho, sobretudo na reta final.

À minha família, agradeço todo o apoio, com especial carinho à minha mãe, Adélia, aos meus irmãos, Efferson e Dalton, à minha tia, Manena, e aos meus sobrinhos, Bia e João. A força e alegria de vocês foram fundamentais.

A Deus, pela valiosa oportunidade de crescimento profissional e de convívio com pessoas tão especiais.

RESUMO

Propõe-se através deste trabalho investigar em que medida a literatura caracterizada como autoajuda ganhou espaço na sociedade contemporânea, elevando-se à condição de fonte de informação e conhecimento. O foco da investigação recai sobre o processo histórico-social e as transformações ocorridas no comportamento editorial. A pesquisa adota como base metodológica a aplicação de questionários, procurando constatar como se dá o interesse do leitor por esse gênero literário. Uma fonte editorial também foi alvo da investigação, relatando a experiência de lidar com as obras classificadas como autoajuda.

Palavras-chave: informação. Leitura. Literatura de massa. Autoajuda.

ABSTRACT

It is proposed through this work to investigate to what extent the literature characterized as self-help gained ground in contemporary society, rising to the source condition of information and knowledge. The focus of research on the socio-historical process and the changes occurring in the publishing behavior. It adopts as a methodological basis to questionnaires, trying to prove how is the reader's interest for this literary genre. An editorial source was also the target of the investigation, describing the experience of dealing with the work classified as self-help.

Keywords: information. Reading. Mass literature. Self-help.

A maior aventura de um ser humano é viajar, e a maior viagem que alguém pode empreender é para dentro de si mesmo. E o modo mais emocionante de realizá-la é ler um livro, pois um livro revela que a vida é o maior de todos os livros, mas é pouco útil para quem não souber ler nas entrelinhas e descobrir o que as palavras não disseram. No fundo, o leitor é o autor da sua história...

(CURY, 2005)

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 –	Dados, informação e conhecimento	50
Quadro 2 –	Best-sellers do gênero, por número de edições, durante o período 1910-1992....	55
Quadro 3 –	“Pílulas de Sabedoria” dos livros de Autoajuda.....	63
Figura 1 –	“Conselhos que rendem ouro”	67
Gráfico 1 –	Idade dos entrevistados.....	72
Gráfico 2 –	Comparação Escolaridade dos entrevistados.....	84
Gráfico 3 –	Hábitos de leitura.....	72
Gráfico 4 –	Características do texto de autoajuda	84
Gráfico 5 –	Orientações das obras de autoajuda.....	72
Gráfico 6 –	Sentido da informação de autoajuda.....	84
Gráfico 7 –	Tipo de informação de autoajuda	72
Gráfico 8 –	O conteúdo de autoajuda como fonte confiável de informação	84

SUMARIO

INTRODUÇÃO	8
1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	9
1.1 Aplicação e análise do questionário: a voz dos entrevistados	10
1.2 Aplicação e análise do questionário: a voz do editor	11
2 INDÚSTRIA CULTURAL	12
2.1 Literatura culta X literatura de massa	13
3 INFORMAÇÃO E SOCIEDADE	17
3.1 Leitura, informação e conhecimento.....	17
3.2 Informação e inserção social	19
4 LITERATURA DE MASSA: O FOCO NOS LIVROS DE AUTOAJUDA.....	22
4.1 Os primeiros registros classificados como autoajuda	22
4.2 Características gerais	26
4.3 A autoajuda como um fenômeno editorial.....	30
5 ANÁLISE DOS DADOS	32
5.1 A autoajuda do ponto de vista comercial	39
5.2 A voz do editor e a voz dos leitores.....	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
REFERÊNCIAS	43
APÊNDICES	45

INTRODUÇÃO

*Tente, não diga que a canção está perdida, tenha fé
em Deus, tenha fé na vida. Tente outra vez.*

Raul Seixas

As transformações culturais ao longo das últimas décadas tendem a condicionar o indivíduo na busca pela informação como um processo contínuo. De fato, o homem contemporâneo está envolvido por uma teia informacional formada por elementos de natureza diversa, veiculados em diferentes suportes, que é preciso saber desvendar e decodificar, a fim de construir os conhecimentos exigidos para a sua inserção social.

O acesso a esse conteúdo pode se dar por meio da prática da leitura, quando sujeitos sociais constroem e reconstróem o conhecimento, desenvolvendo posturas e habilidades que irão proporcionar maior compreensão de questões que viabilizem o desenvolvimento social.

Nesse contexto, seguindo uma tendência mundial, podemos observar que, a partir da década de 1990, a indústria editorial brasileira passou a explorar com intensidade o segmento de livros voltados para a “qualificação” profissional e pessoal – os chamados livros de autoajuda.

Assim, tendo como propósito traçar um paralelo entre leitura e informação, o objetivo geral deste trabalho é investigar o valor informacional da literatura de massa ou de consumo, com destaque para o gênero caracterizado como autoajuda. Pretende-se, também, descobrir e compreender os motivos que levam os sujeitos leitores a buscar esse tipo de literatura e, ainda, conhecer o discurso das empresas editoriais para publicarem livros de autoajuda.

Para alcançar tais objetivos, esta monografia estrutura-se em três capítulos teóricos. O primeiro aborda a indústria cultural, tendo como referência o conceito de Adorno e Horkheimer (1985), que refletem sobre o surgimento de uma “produção artística” baseada no mercado de consumo. Contempla-se, ainda, a leitura como um fenômeno social e os pontos de distinção e convergência entre literatura culta e de massa. O segundo capítulo discute o poder como uma prática social, na perspectiva do relacionamento que o sujeito constrói no contato com uma determinada informação. Por fim, o referencial teórico trata da literatura de massa e aprofunda-se no tema autoajuda, avaliando o consumo e apresentando o processo histórico social desse segmento.

1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Uma análise investigativa sobre a produção e o consumo dos livros de autoajuda foi realizada com base no depoimento do editor especializado nesse segmento e na aplicação de questionário a possíveis leitores, a fim de se verificar a ocorrência de hábitos de leitura quanto a esse gênero. Foi realizada uma revisão de literatura, com foco nos conceitos e categorias utilizados como fundamento da discussão teórica e da análise dos dados colhidos por meio de questionário aos sujeitos da pesquisa, a saber, indústria cultural, literatura culta e literatura de massa, livros de autoajuda.

Sendo assim, esta pesquisa é uma tentativa de avaliar o poder informacional que essa literatura vem ganhando no contexto da sociedade atual. O que se espera é contribuir para a reflexão em torno da importância da leitura como um fenômeno que transforma não apenas o leitor, mas a todos que com ele convivem.

A metodologia pode ser compreendida como o caminho entre o pensamento e a prática exercida, tomando como referência a abordagem da realidade numa perspectiva de pesquisa que “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes” (MINAYO, 2001, p. 21-22).

Em um trabalho acadêmico, a metodologia deve pretender articular conteúdo, teoria e técnica, sendo inseparáveis o embasamento teórico e a pesquisa de campo. Assim, é a partir da utilização de métodos e técnicas que o pesquisador pode qualificar o seu olhar, rumo às hipóteses que o problema de pesquisa aponta, identificando determinantes que levarão a inferências e possibilidades.

Segundo Lüdke e André (1986), um dos pressupostos da pesquisa é a promoção do confronto entre os dados, as evidências, as informações coletadas e a abordagem teórica. O desafio é construir uma porção do saber, que surge a partir da curiosidade, da inquietação, da inteligência e da atividade investigativa do pesquisador e também da valorização sobre o que foi elaborado e sistematizado por aqueles que já trataram do tema anteriormente.

A ação metodológica adotada neste trabalho se constituiu na aplicação de questionários junto a leitores de autoajuda, com o objetivo de se verificar o olhar que possuem em relação ao gênero. Lakatos e Marconi (1991) apresentam o questionário como uma técnica que compõe a

observação direta extensiva, constituindo-se de uma série de perguntas que devem ser respondidas por escrito, sem a presença do pesquisador.

As autoras lembram que tanto métodos quanto técnicas de pesquisa devem se adequar ao problema a ser estudado, às hipóteses levantadas e ao tipo de informantes com os quais se vai entrar em contato, dependendo do objeto da pesquisa, dos recursos financeiros, da equipe humana e de outros elementos da investigação.

Richardson (1999) explica que os questionários conseguem descrever características e medir variáveis de grupos sociais. Ele atenta para as vantagens de se aplicar questionários, como a possibilidade de obter informações de grupos de pessoas em um pequeno espaço de tempo e o alcance a uma ampla área geográfica. Para o autor, a técnica apresenta uniformidade, devido ao vocabulário, à sequência das perguntas e às instruções, que são as mesmas para todos os entrevistados.

O questionário, segundo o mesmo autor (1999), também pode ser anônimo, a fim de que as pessoas sintam-se mais à vontade para expressar as opiniões. Ele menciona que não há regras claras para adequação de questionários a públicos específicos. Sendo assim, é de responsabilidade do pesquisador determinar o tamanho, a natureza e o conteúdo do instrumento, de acordo com o problema pesquisado, tendo como premissa o respeito ao entrevistado como ser humano.

1.1 APLICAÇÃO E ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO: A VOZ DOS ENTREVISTADOS

O questionário elaborado para esta pesquisa¹ teve o objetivo de identificar possíveis leitores² do gênero autoajuda e compreender como tal público, integrante da classe média, se posiciona frente a essa forma de expressão literária.

O formulário foi dividido em cinco partes: perfil do entrevistado, hábitos de leitura do gênero autoajuda, opinião sobre o texto de autoajuda, o sentido da literatura de autoajuda e palavra livre. Ao todo, foram 16 questões, sendo a última classificada como um espaço aberto para acréscimo de algo que eventualmente não tenha sido abordado ao longo do documento.

¹ O formulário encontra-se disponível no Apêndice B.

² Os sujeitos desta pesquisa foram escolhidos aleatoriamente dentro do círculo de convivência social da autora deste trabalho.

Apesar de o primeiro tópico estar relacionado ao perfil, inclusive com item específico para identificação, o e-mail enviado aos entrevistados³ informou que o anonimato seria preservado. Tal procedimento está em sintonia com as observações de Richardson (1999).

Foram enviados 20 questionários, todos por e-mail, sendo que o índice de retorno foi de 90% (18 pessoas).

1.2 APLICAÇÃO E ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO: A VOZ DO EDITOR

Outro instrumento de coleta de dados adotado por esta pesquisa foi a realização de uma entrevista junto a uma editora que mantém livros classificados como autoajuda em seu acervo. O objetivo foi verificar a importância do gênero para a atividade comercial da empresa.

³ O teor da mensagem pode ser conferido no Apêndice C.

2 INDÚSTRIA CULTURAL

*Você não sabe o quanto eu caminhei pra chegar até
aqui...*

Cidade Negra

Manipulação social, criação de estereótipos, baixa qualidade e estandardização dos bens culturais, entre outras. Estas são as imposições da cultura de massa no contexto contemporâneo. Os teóricos Theodor W. Adorno (1902 – 1969) e Max Horkheimer (1896 – 1973), pertencentes ao grupo de intelectuais chamado Escola de Frankfurt, foram os primeiros a chamar a atenção para o fenômeno nomeado por eles como indústria cultural.

Os autores discutem esse tema alertando para o surgimento de uma “arte” baseada no mercado de consumo que atinge de forma deliberada as diferentes categorias de público alvo.

Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. Com o prejuízo de ambos. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento de natureza resistente e rude, que lhe era inerente enquanto o controle social não era total (ADORNO; HORKHEIMER, 1985 p. 287-288).

Considerando o impacto que este tipo de cultura exerce na sociedade, os autores a definem como o valor do efeito, que leva em conta o poder econômico e administrativo em favor da preservação das estruturas vigentes. Eles destacam, ainda, o objeto artístico transformado em negócio, a partir da lógica do consumo e do mercado. A força da Indústria Cultural faz o homem comum comprar e consumir os produtos culturais com a mesma dependência e ausência de crítica com que compra os bens materiais de consumo. Em outras palavras, a Indústria Cultural transforma o homem em seus clientes preferenciais, tanto no trabalho quanto no descanso e na vida espiritual, oferecendo-lhes produtos materiais e espirituais transformados sem distinção em mercadoria de acesso fácil e compreensão simplificada.

Na verdade, alertam Adorno e Horkheimer (1985), mais do que disponibilizar informação e cultura, a Indústria Cultural busca apenas manter o indivíduo entretido, de forma alienada, por algumas horas do dia, enquanto se recupera para uma nova jornada de trabalho. Os produtos da Indústria Cultural, fragmentados, padronizados e repetitivos, possuem enorme poder de alienação, distorcendo a imagem que o indivíduo tem ou pode criar de si mesmo diante da sociedade. Desse modo, os produtos da Indústria Cultural, na visão dos filósofos da Escola de Frankfurt, exercem sobre o leitor/consumidor uma função narcotizante, uma vez que põe toda

a ênfase no efeito do divertimento (ou do sucesso), ao mesmo tempo que mascara a realidade intolerável com suas dificuldades e perdas inevitáveis.

Para Morin (1997), enquanto a cultura de massas impulsiona rumo ao conformismo e à padronização, a alta literatura estimula a capacidade criativa. Sendo assim, a indústria cultural determina o consumo, exercendo um domínio sobre os indivíduos, já que, ao preferir a eficácia do produto, o consumismo acaba por excluir a inovação, temendo o risco de ser deixado de lado. “O vento que assim se arrasta em direção à cultura é o vento do lucro capitalista. É para e pelo lucro que se desenvolvem as novas artes técnicas” (MORIN, 1997, p. 22).

O autor francês lembra que, para que a produção em massa alcance o objetivo estabelecido a partir do lucro, é preciso criar mundos que atraiam o maior volume possível de pessoas. É o apelo focado no consumo máximo, desenvolvendo produtos que agradem a um grupo maior e mais variado. Morin (1997) acrescenta que o segredo para a produção ter um alvo universal é a apresentação de informações diversas, contemplando diferentes perfis. “A procura de um público variado implica a procura de variedade de informação ou no imaginário; a procura de um grande público implica a procura de um denominador comum” (MORIN, 1997, p. 35).

Hall⁴, *apud* Arruda (2009), por sua vez, enfatiza que a dificuldade de periodização e o limiar tênue na demarcação das fronteiras entre “cultura” e “popular” são uma difícil empreitada, pois os contornos que separam essas modalidades são complexos, uma vez que a indústria cultural tem o poder de retrabalhar os modelos, ajudando a manter os padrões.

Observa-se que os traços marcantes do processo de industrialização no contexto cultural evidenciam uma nítida oposição de classes sociais. Isto porque a condição mercadológica busca transformar a arte em um objeto menos estético, com a intenção de formar uma cultura homogênea voltada para uma sociedade de consumo cujos valores são impostos ao indivíduo.

2.1 LITERATURA CULTA X LITERATURA MASSA

Considerando que todas as formas de arte têm por preceito deixar suas impressões e registros, com a literatura não é diferente. Em cada época, a literatura acompanha as mudanças e presta-se ao trabalho de observar, analisar e fixar sua contemporaneidade. A literatura não é somente

⁴ HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do “popular”. In.: *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Liv Sovik (org.); trad. Adelaine La Guardia Resende *et al.* Belo Horizonte: UFMG, 2003. p. 247-264.

considerada dessa forma devido ao seu caráter ficcional, mas por empregar a linguagem de forma peculiar, transformando-a e intensificando-a.

Terry Eagleton (1997) traz o conceito de literatura como uma espécie de linguagem que atrai os olhares em direção a si mesma, numa forma de contemplação. Isto quer dizer que a linguagem literária apresenta especificidades relacionadas a um tipo particular de uso da linguagem: rompe com os padrões formais da escrita, limites fonológicos, lexicais, sintáticos e semânticos. Embora o autor siga alguns critérios na produção desse tipo de texto, a recepção do mesmo pode ser renovada a cada leitura. Talvez seja esse um dos motivos pelos quais várias obras têm sido consideradas não literárias, visto que fazem uso de uma linguagem que se aproxima da realidade social, funcionando apenas como um veículo de ideias.

Em função das divergências em relação ao que venha a ser um texto literário, não é possível apresentar uma definição precisa. O autor lembra que enquanto alguns textos já nascem literários, outros atingem tal condição e a outros, essa condição é imposta. Dessa forma, Eagleton (1997) considera que a apropriação do conteúdo pelo leitor é mais importante do que a sua concepção, ou seja, não se deve levar tanto em conta a origem, mas o sentido que o texto ganha ao entrar em contato com o público.

O objeto essencial ou específico de toda literatura culta moderna é reestruturar, recombina as práticas linguísticas, contraditórias em toda sociedade, visando interpelar de uma maneira particular o sujeito da consciência (SODRÉ, 1978, p. 24).

A definição de uma obra pode variar de acordo com a época e com o público que a lê, mas o seu valor não. Os cânones literários serão sempre lembrados. A linha divisória entre o que pertence à literatura culta e o que é literatura de massa é determinada pela crítica, pelas Academias de Letras, professores e estudantes.

Vale ressaltar, portanto, a necessidade de considerar a existência de uma ética de leitura para a formação de leitores críticos da cultura. Nesse caso, a literatura culta assume um papel relevante na construção da subjetividade, observando-se que a produção da obra literária tem uma linguagem peculiar, e não somente o fato de transmitir ao leitor fatos reais e informativos como princípios certos.

A expressão literatura de massa refere-se à literatura dita popular, designada por um discurso tradicionalmente considerado como diferente e opositivo ao discurso literário culto. A literatura de massa é considerada por muitos críticos como literatura de consumo. Sodré

(1978) classifica como literatura de massa o romance policial, de ficção científica, de aventuras, sentimental, de terror, autoajuda, dentre outros.

A função claramente normativa da Literatura de Massa é, portanto, ajustar a consciência do indivíduo ao mundo (confirmá-lo com sujeito das variadas formações ideológicas), mas divertindo-o como num jogo. Por isso, a narrativa trabalha com formas já conhecidas ou facilitadas de composição romanesca (SODRÉ, 1978, p. 35).

A literatura de massa apresenta uma linguagem que fascina e seduz, atraindo a atenção do leitor:

A sedução reside na aparência e no jogo das aparências. O discurso pronunciado não precisa significar coisa alguma, nem convidar à ação; ele se apoia sobre outras coisas: palavras bem escolhidas, fórmulas chocantes, frases bem equilibradas, dicção evocadora, sorriso aliciador, uma certa capacidade de banalização dos problemas, ideias gerais e generosas que não podem provocar desacordo...e não são feitas para perturbar ninguém (ENRIQUEZ⁵ *apud* CHAGAS, 2001, p. 72).

Percebe-se, por meio de vários estudos, uma fenda entre os dois tipos de literatura. Não é pretensão da literatura de massa substituir a literatura culta, e, sim, preencher o espaço que, supostamente, a literatura culta não preenche. E essa lacuna é confirmada observando-se a quantidade de leitores que sentem prazer nesse tipo de literatura e o crescimento de publicações voltadas para o segmento de massa.

Sob uma análise comparativa entre a literatura culta e a de massa, podem ser percebidas várias diferenças que vão desde a escolha do título até a abordagem dos assuntos, porém nenhuma delas é tão marcante quanto o aspecto estético. É justamente nesse ponto que os teóricos se apegam para defender a diferença entre elas. Como não possui instrumento teórico “sistematizado”, a literatura de massa utiliza os parâmetros da literatura culta. É a partir dessa distinção que os teóricos definem a literatura de massa como subliteratura: por se limitar ao espaço mercadológico, pela inserção em todas as classes sociais e apresentar um interesse duradouro por parte do público.

Na visão de Regina Zilberman (1991), são obras destinadas ao consumo, segundo a Teoria da Literatura. A autora lembra que a criação motivada pelo poder de venda do produto desconsidera o princípio da originalidade. Uma vez que a necessidade de agradar ao leitor aficionado apresenta-se de forma tão imperativa, a inovação sucumbe à repetição da fórmula e a literatura de massa perde a liberdade de criação conferida à arte. O resultado é a rendição da

⁵ENRIQUEZ, Eugene. *Da horda ao estado: psicanálise do vínculo social*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.

“obra” à condição de mercadoria, o que faz com que muitos autores acabem por se tornar descartados e até esquecidos.

Considerando a importância da leitura em si, estabelecer parâmetros com a finalidade de qualificar o conteúdo dos livros, inclusive os de autoajuda, como literário, torna-se um desafio cada vez maior. Tão importante quanto distinguir a literatura de massa da literatura culta é observar os efeitos que ambas provocam no ato da leitura. Tanto uma quanto a outra pode aproximar-se ou afastar-se da realidade do leitor – quem, necessariamente, ativará estratégias de leitura baseadas em seus objetivos, que podem estar ligados ao modo de pensar, sentir e agir de cada um.

A expectativa é que a indústria cultural não privilegie determinado segmento de livros, pois o ideal é que sejam oferecidas diversas possibilidades de leitura, considerando a singularidade do leitor, sua potencialidade, suas vivências e seus objetivos, contribuindo para a construção de um leitor apreciador da arte de ler.

Os hábitos de leitura podem traduzir, inclusive, uma forma de poder, atentando-se para o sentido que a informação passa a ter quando é disponibilizada a um determinado sujeito, conforme será discutido no próximo capítulo.

3 LEITURA, INFORMAÇÃO E SOCIEDADE

*Eu prefiro ser essa metamorfose ambulante do que
ter a velha opinião formada sobre tudo.*

Raul Seixas

O objetivo deste capítulo é abordar o conceito de informação e como essa informação ganha sentido e transforma-se em conhecimento. Discute-se uma forma de poder, a partir da construção de um sujeito não mais passivo diante das possibilidades que o contato com a informação permite.

3.1 LEITURA E CONHECIMENTO

A leitura é uma das práticas mais importantes na vida do ser humano, uma vez que possibilita a interação das pessoas com o mundo, de modo especial e único. E, a partir dessa interação, são desenvolvidas diversas habilidades que contribuem para o sentido dos textos. O ato de ler é concebido como uma atividade “[...] que implica, necessariamente, compreensão, na qual os sentidos começam a ser construídos antes da leitura propriamente dita” (PCN, 1998 p. 53)⁶. O leitor deixa de ser um decodificador de palavras podendo, assim, enxergar o texto como uma fonte de conhecimento.

A busca pelo conhecimento, por meio das práticas de leitura, torna-se um fenômeno histórico-social. Tais práticas destacam-se, uma vez que possibilitam observar os comportamentos, os hábitos e escolhas do leitor “como quem lê o quê, em que época, onde lê, por que lê e como lê” (DARNTON⁷ *apud* ARRUDA, 2009, p. 27) e compreender as diferentes apropriações da leitura. A análise apresentada por Darnton (*apud* Arruda, 2009) permitiu identificar e mapear o panorama sociocultural de determinado período e também a influência de fatores externos, como guerras e crises econômicas, determinando os hábitos de leitura de uma população, conforme será discutido posteriormente, a partir dos resultados obtidos durante a aplicação dos questionários.

A leitura tem uma história. Podemos pensar nela como um processo direto de se extrair informações de uma página; mas se a considerássemos um pouco mais,

⁶ O campo da Educação tem dado ênfase à aquisição dessa habilidade, reforçando a importância não apenas do ato de ler, mas da capacidade de ler e interpretar os textos, dando sentido a cada obra.

⁷ DARNTON, Robert. História da leitura. In: BURKE, Peter (org.) *A escrita da história: novas perspectivas*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1992.

concordaríamos que a informação deve ser esquadrihada, retirada e interpretada. Os esquemas interpretativos pertencem a configurações culturais, que têm variado através dos tempos. Como nossos ancestrais viviam em mundos mentais diferentes, devem ter lido de forma diferente (DARNTON *apud*, 2009, p. 29).

Desse modo, a sociologia histórica dos hábitos de leitura pretende identificar, para cada época, as modalidades partilhadas do ato de ler. As diferentes formas de recepção buscam inserir o texto dentro de suas referências de mundo, pois os leitores são influenciados pela sua individualidade – grau de escolaridade, sexo, idade. O processo de recepção do texto diz respeito ao uso que determinada informação terá para o leitor e a maneira como a mesma será relacionada à capacidade de leitura, suas vivências pessoais, culturais, religiosas e ideológicas. Tudo isso interfere de maneira significativa na forma como determinado texto é recebido pelo leitor.

O vazio tem função importante na leitura, conforme estabelece Iser⁸ (*apud* BULGARELLI, 2010), ou seja, o leitor torna-se participante efetivo na construção do texto.

A função do vazio consiste em provocar no leitor operações estruturadas. Sua realização transmite à consciência a interação recíproca das posições textuais. A mudança de lugar do vazio é responsável por uma sequência de imagens conflitantes, que mutuamente se condicionam no fluxo temporal da leitura. A imagem afastada se imprime na que lhe sucede mesmo se supomos que esta resolve as deficiências da anterior. Neste sentido as imagens permanecem unidas em uma sequência e é por esta sequência que o significado do texto se forma vivo na consciência imaginante do leitor (ISER *apud* BULGARELLI, 2010, p. 73).

Como as antigas tendências predominantes na primeira metade do século XX valorizavam mais os dados biográficos do autor do que os aspectos estéticos da obra literária, fez-se necessária uma ruptura, a fim de que os estudos sobre Teoria Literária passassem a valorizar a relação literatura e leitor, permitindo que o leitor fosse, aos poucos, assumindo seu papel de elaborador de sentido dos textos, levando em consideração suas experiências e seus conhecimentos históricos.

O valor social da leitura está relacionado ao encontro do leitor com sua experiência intelectual e moral. Isto porque a leitura e a vida são experiências que se entrelaçam e se misturam, uma vez que os livros são escolhidos socialmente. Primeiro eles são apresentados pela família, depois pela escola. Com o passar do tempo, o leitor tende a escolher textos dos quais ele se aproxima livremente, movido pelo “prazer” da leitura.

⁸ ISER, Wolfgang. A interação do texto com o leitor. In. LIMA, L. C. (Org.). *A Literatura e o leitor – textos da estética da recepção*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

O sentido dado a esse conjunto de informações vai se estabelecendo como uma experiência individual – e única – à medida em que o sujeito consegue fazer do contato com o livro uma rotina, ou seja, quando consegue criar o hábito da leitura.

3.2 INFORMAÇÃO E INSERÇÃO SOCIAL

A palavra informação apresenta-se com várias definições. Uma delas toma a origem etimológica, uma vez que se trata de uma palavra de origem latina, do verbo *informare*, que significa dar forma, criar, representar ou até mesmo construir uma ideia ou uma noção.

Segundo Araújo (2010, p. 11), “entender e diferenciar os conceitos envolvidos no ambiente informacional é um aspecto importante para se compreender a dinâmica e o papel do indivíduo no processo de uso da informação”. A informação pode ser entendida como uma prática social que traz ações de atribuição e comunicação de sentido. Assim, pode-se compreender que se trata de uma prática social capaz de provocar transformações nas relações, uma vez que permite o acesso a novas formas de conhecimento.

A necessidade e uso da informação ocorrem de várias formas, tomando-se por base o relacionamento construído pelo sujeito em contato com determinada informação, ou seja, a utilidade da informação está relacionada ao significado dado a ela pelo indivíduo leitor.

De acordo com Choo⁹ (*apud* ARAÚJO, 2010), estudos reconhecem que as reações emocionais quase sempre orientam a busca pela informação. Isso significa, portanto, que uma mesma informação pode receber diferentes sentidos de diferentes indivíduos, uma vez que o contexto e o significado se renovam cada vez que ela alcança um sujeito.

A informação é fabricada por indivíduos a partir de sua experiência passada e de acordo com as exigências de determinada situação na qual a informação deve ser usada. [...] Partimos da posição de que o usuário da informação é uma pessoa cognitiva e perceptiva; de que a busca e o uso da informação constituem um processo dinâmico que se estende no tempo e no espaço e de que o contexto em que a informação é usada determina de que maneiras e em que medida ela é útil (CHOO *apud* ARAÚJO, 2010, p. 11).

Assim, compreende-se que é a própria pessoa que dá sentido à informação recebida.

⁹CHOO, Chun W. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar conhecimento, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Senac, 2003. 421 p.

Para interpretar a dinâmica e o papel do indivíduo no processo de uso da informação, é necessário entender os conceitos que se apresentam no ambiente informacional, quais sejam: dados, informação e conhecimento, conforme Quadro 1, a seguir:

QUADRO 1 - Dados, informação e conhecimento

Dados	Informação	Conhecimento
<p>Simples observações sobre o estado do mundo:</p> <p>Facilmente estruturado</p> <p>Facilmente obtido por máquinas</p> <p>Frequentemente quantificado</p> <p>Facilmente transferível</p>	<p>Dados dotados de relevância e propósito:</p> <p>Requer unidade de análise</p> <p>Exige consenso em relação ao significado</p> <p>Exige necessariamente a mediação humana</p>	<p>Informação valiosa da mente humana:</p> <p>Inclui reflexão, síntese, contexto</p> <p>De difícil estruturação</p> <p>De difícil captura em máquinas</p> <p>Frequentemente tácito</p> <p>De difícil transferência</p>

Fonte: DAVENPORT¹⁰ *apud* ARAÚJO, 2010.

Portanto, no contato com a informação, o sujeito tende a ampliar sua visão de mundo, tornando-se mais crítico. Os dados e informações, sob um processo de reflexão, podem alcançar status de conhecimento e até níveis de sabedoria. Configura-se, assim, um processo de coautoria, uma vez que o leitor torna-se apto a apropriar-se do texto, dando a ele novo sentido.

Autores, como Weber¹¹ (*apud* SILVA, 2010), discutem essa forma de apropriação da informação como uma manifestação de poder: “o poder é possibilidade de alguém impor sua vontade sobre o comportamento de outras pessoas” (p. 16), e fundamenta-se a partir de três tipos principais. O primeiro é o poder legal, caracterizado pelo uso de instrumentos geralmente ligados à estrutura do Estado. O segundo é o poder tradicional, marcado pelo domínio patriarcal fundamentado principalmente em virtude da fé e da dádiva concedida por Deus e o terceiro é o poder carismático, em que prevalece a capacidade de inter-relação pessoal e carisma.

¹⁰ DAVENPORT, Thomas H. *Ecologia da informação*: porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. 6 ed. São Paulo: Futura. 1998, 316 p.

¹¹ WEBER, M. *Três tipos de poder legítimo*. Disponível em: <www.lusofilosofia.net>. Acesso em: 9 jul. 2009, p. 3-19.

Há que se considerar, porém, que a cultura e o comportamento informacional são determinantes na forma como o sujeito vai lidar com as manifestações de poder. O que se percebe, também, é que o modo como os indivíduos tratam a informação tem relação direta com as percepções cognitivas e emocionais de cada um.

Ao se verificar que a informação é a essência do cotidiano, sujeitando-se, por exemplo, às oscilações de humor e comportamento, inerentes à existência do ser humano, pode-se compreender as escolhas no campo da literatura, o que nos remete a um gênero que tem sido tratado como um fenômeno editorial: a autoajuda, tema do próximo capítulo.

4 LITERATURA DE MASSA: O FOCO NOS LIVROS DE AUTOAJUDA

Se você quiser alguém em quem confiar, confie em si mesmo. Quem acredita sempre alcança.

Renato Russo e Flávio Venturini

Este capítulo apresenta o gênero literário classificado como autoajuda e identificado como um fenômeno editorial, dado o aumento expressivo das vendas nos últimos anos. O objetivo é abordar a forma como esse tipo de literatura ganhou a preferência do leitor, alcançando mentes e corações.

4.1 OS PRIMEIROS REGISTROS CLASSIFICADOS COMO AUTOAJUDA

O termo autoajuda está relacionado a ajudar a si próprio. A literatura que se propõe a esse fim traz conceitos cuja base é a autossugestão. Isso significa ensinar o leitor a estabelecer uma matriz psicológica que o levará à obtenção de respostas para questões relacionadas, por exemplo, ao amor, dinheiro, sexo ou felicidade. Os livros classificados nesse gênero partem do princípio de que a mudança depende do esforço e interesse de cada um.

A literatura de autoajuda é expressão textual de um conjunto de práticas engendrado pela cultura anglo-saxã, que se transportou para toda parte onde a moderna indústria da cultura revolucionou o modo de vida, transformando-se com o tempo em uma verdadeira categoria cultural da baixa modernidade (PIMENTA E OLIVEIRA, 2002, p. 1-2).

A base principal desse tipo de literatura é a dotação de um poder interior, disponível a todos e que pode ser acionado para a solução dos dilemas do dia a dia. Parte-se, portanto, da perspectiva de que o aporte para obtenção da plenitude está dentro de cada um. Conforme Adans¹² (*apud* RÜDIGER, 2010, p. 8), “Você tem em seu interior todos os recursos necessários para obter sucesso, a concretização de seus objetivos, felicidade e qualquer outra coisa necessária para desfrutar de uma vida completa”.

Rüdiger (2010) menciona que, com o passar dos anos, o termo autoajuda passou a ser adotado de maneira mais constante, chegando a designar uma verdadeira tendência de comportamento, dependente de um novo gênero de cultura de massa.

A literatura de autoajuda se insere nesse contexto, através do qual determinados indivíduos, mal ou bem, meditam sobre sua realidade pessoal, considerando que a

¹² ADANS, Paul. *Ajuda-te pela nova auto-hipnose*. São Paulo: Ibrasa, 1970.

circulação desse material é responsável pela difusão de um conjunto de informações (RÜDIGER, 2010, p. 15).

O autor lembra que os movimentos de autoajuda constituem um fenômeno vinculado a verdadeiras empresas de engenharia da alma. Essa forma de literatura recorre às mais diversas mídias e transforma o desenvolvimento da personalidade e a procura por autorrealização em motivo de prática popular que depende do moderno mercado da cultura. Com isso, as técnicas do próprio sujeito passaram a se difundir sob a forma de clichês sobre o sucesso, ou seja, o conteúdo foi traduzido para o consumo e os conceitos tornaram-se fórmulas de propaganda. Isso significa que as práticas de autocultivo ingressaram em um método de planejamento mercadológico, da produção seriada e da massificação, em resposta às demandas editoriais.

O conceito de massificação é confirmado por Marthe (2002):

A autoajuda tornou-se uma indústria tão lucrativa que fez nascer uma espécie de linha de montagem. Uma pesquisa realizada pelo estudioso inglês Timothy Clark revela que nesse mercado as novas tendências passaram a ser cuidadosamente gestada pelas editoras (MARTHE, 2002, p. 124).

A primeira obra classificada como sendo de autoajuda tem como autor Samuel Smiles (1812-1904), foi publicada em 1859 e apresenta a seguinte frase de abertura: “O céu ajuda aqueles que ajudam a si mesmos”. Boscov e Rogar (2009), no entanto, mencionam a frase do escritor inglês John Donne que, em 1624, já revelava que “nenhum homem é uma ilha”.

No Brasil, os primeiros registros da publicação do gênero são dos anos da década de 1910, sendo retomados na de 1940, com maior intensidade, devido ao sucesso de vendas de Napoleon Hill¹³ e Dale Carnegie¹⁴, traduzidos para o português.

De fato, incrementou-se o potencial das vendas. Para se ter uma ideia, Joseph Murphy, Og Mandino¹⁵ e Carnegie venderam juntos cerca de cinco milhões de exemplares.

Os autores brasileiros começaram a produzir textos literários desse estilo somente nas últimas décadas. Um exemplo é Lauro Trevisan, que iniciou a carreira em 1980, chegou a publicar mais de 20 títulos e alcançou o total de aproximadamente um milhão e meio de unidades

¹³Napoleon Hill (1883-1970) foi um autor americano, cuja obra tem o seguinte título: *A lei do triunfo*: curso prático em 16 lições: ensinando pela primeira vez na história do mundo a verdadeira filosofia sobre a qual repousa todo o triunfo pessoal. Hill foi assessor de Woodrow Wilson e Franklin Roosevelt, presidentes dos Estados Unidos.

¹⁴A principal obra do orador e escritor norte-americano Dale Carnegie (1888-1955) é *Como fazer amigos e influenciar pessoas*.

¹⁵Og Mandino (1923-1996) foi escritor e conferencista, cuja principal obra é *O maior vendedor do mundo*.

vendidas. Outro exemplo de autor brasileiro bem sucedido no ramo da autoajuda é Lair Ribeiro¹⁶, chegando a registrar mais de um milhão e meio de exemplares vendidos.

O Quadro 2, a seguir, elaborado por Rüdiger (2010), apresenta os principais autores a partir de 1910:

QUADRO 2 – Best-sellers do gênero, por número de edições, durante o período 1910-1992*
(Continua)

Ordem	Autor	Nome	1ª edição	Nº de edições
1º	Carnegie, D.	Como fazer amigos e influenciar pessoas	1939	42
2º	Peale, N.	O poder do pensamento positivo	1956	38
3º	Murphy, J.	O poder do subconsciente	1968	36
4º	Trevisan, L.	Você pode alcançar riquezas	1986	30
5º	Carnegie, D.	Como viver sem preocupações	1949	29
6º	Bristol, C.	<i>TNT</i> : nossa força interior	1962	28
7º	Ribeiro, L.	O sucesso não ocorre por acaso	1991	27
8º	Hay, L.	Você tem poder de curar sua vida	1990	25
9º	Trevisan, L.	Você pode se pensa que pode	1984	22
10º	Murphy, J.	O poder cósmico do subconsciente	1973	20
11º	Murphy, J.	Para viver melhor	1969	18
12º	Dyer, W.	Seus pontos fracos	1978	17
13º	Murphy, J.	Telepsiquismo	1974	16

¹⁶ Médico radicado nos Estados Unidos, autor de títulos como Autoestima: aprendendo a gostar de você.

QUADRO 2 – Best-sellers do gênero, por número de edições, durante o período 1910-1992*
(Conclusão)

Ordem	Autor	Nome	1ª edição	Nº de edições
14º	Peale, V.	Como confiar em si mesmo	1958	16
15º	Robbins, A.	Poder sem limites	1989	15
16º	Buscaglia, L.	Vivendo, amando e aprendendo	1984	15
17º	Silva, J.	O método Silva de controle mental	1984	15
18º	Murphy, J.	A força do poder cósmico	1974	15
19º	Murphy, J.	<i>1001 maneiras de enriquecer</i>	1970	15
20º	Peale, V.	<i>É fácil viver bem</i>	1962	14
21º	Atkinson, W.	<i>A força do pensamento</i>	1912	14
22º	Turnbull, V	<i>Curso de magnetismo pessoal</i>	1918	14
23º	Hay, L.	<i>Ame-se e cure sua vida</i>	1991	14
24º	Sherman, H.	<i>Super - TNT</i>	1976	13
25º	Peale, V.	<i>O valor do pensamento positivo</i>	1960	12
26º	Bremer, S.	<i>Poder é curar</i>	1970	12
27º	Hill, N.	<i>A lei do triunfo</i>	1945	12
28º	Mulford, P.	<i>Nossas forças mentais</i>	1915	12
29º	Mandino, Og.	<i>O maior segredo do mundo</i>	1972	12
30º	Murphy, J.	<i>A magia do poder extra-sensorial</i>	1972	11
<i>Hors Concours</i>	Trevisan, L.	<i>O poder infinito de sua mente</i>	1980	250

* A data no quadro refere-se ao ano da primeira edição.

Fonte: Adaptado de Rüdiger, 2010.

4.2 CARACTERÍSTICAS GERAIS

A literatura de autoajuda é composta, basicamente, por textos que se traduzem em manuais e dicas práticas, cuja essência constitui-se de “receitas” de sucesso relacionadas à realização profissional e pessoal. Um dos objetivos é estimular que o indivíduo comum descubra dentro de si os recursos e a solução dos problemas da vida moderna.

O conteúdo pode ser pautado por narrativas em primeira pessoa e relatos de vida, em que o sujeito apresenta a descoberta de suas forças mais íntimas e a forma como lida com as dificuldades, chegando até a alcançar uma perspectiva de renovação pessoal.

Para isso, todos os elementos de composição do livro, tais como formatação da capa, elaboração do título e textos da contracapa e orelha, estão impregnados de um discurso de sucesso, de forma a seduzir o leitor. Os títulos, em sua maioria, trazem palavras que remetem à felicidade, motivação e prosperidade. São fórmulas de autorrealização traduzidas em expressões de otimismo capazes de alcançar até o leitor mais desatento.

A temática dos textos descreve não apenas a situação de conflito vivenciada pelo sujeito, mas traz também conselhos e receitas prontas que promovem a superação, encaminhando-o a um novo momento. A construção das frases geralmente é feita a partir de verbos no tempo presente e de forma imperativa. As formas de argumentação traduzem-se em discursos práticos carregados de uma certa autoridade que confronta o sujeito e o problema, estimulando a busca por soluções.

Para além das particularidades, podemos afirmar que o gênero de autoajuda apresenta uma organização básica. Iniciam com uma interpelação direta ao leitor com o objetivo de convencê-lo da utilidade dos ensinamentos veiculados pelos seus textos (FORNARI; SOUZA, 2001, p. 136).

O que se espera é que seja uma leitura “confortável”, que pode ser conduzida por uma estrutura linear, ou seja, com início, meio e fim, a partir da inserção de elementos de aproximação do leitor com o próprio cotidiano, com suas experiências e perfil sociocultural.

A referência ao pronome de tratamento – **você** – é utilizada no intuito de indicar uma preocupação do autor com o leitor, assim como de estabelecer uma relação mais informal, como se fosse um amigo que o chama para conversar (FORNARI; SOUZA, 2001, p. 136).

O trecho a seguir pode ser utilizado como exemplo desse tipo de abordagem: “Você tem na vida o que escolher. E sua mente é tão poderosa que vai lhe entregar o que você pedir” (RIBEIRO, 1992, p. 17).

Textualmente mediado por práticas das quais as pessoas procuram descobrir, cultivar e empregar supostos recursos interiores, a literatura de autoajuda implica em um universo de “leituras” diversas que transformam a subjetividade, visando alcançar a individualidade do leitor. Isso porque considera que é a própria pessoa quem se ajuda. Por mais que haja o caráter sugestivo, por parte do autor, cabe ao sujeito a decisão e a atitude diante da situação considerada problema. Cabe, inclusive, a partir de então, a inferência à função humanizadora dessa forma de literatura, uma vez que ela tende a despertar no leitor a autonomia para dar novo rumo à própria vida.

Lauro Trevisan¹⁷ (*apud* FORNARI; SOUZA, 2001) traz um exemplo de história em que pode ocorrer uma transformação protagonizada pelo próprio leitor:

Você mesmo teve sonhos, em outros tempos, que lhe pareciam inatingíveis, mas que hoje são realidade na sua vida. Há tempos estive conversando comigo um senhor que me contou o seguinte: Poucos anos atrás eu estava sentado na praça Saldanha Marinho, de Santa Maria, contemplando os edifícios de apartamentos que estavam diante de mim. Então eu disse convicto para mim: um dia terei um desses apartamentos. Hoje eu tenho um daqueles apartamentos. Naquele tempo me parecia um sonho quase impossível, porque minha situação financeira era minguada (TREVISAN *apud* FORNARI; SOUZA, 2001, p. 138).

Esse gênero literário procura contemplar o homem e a relação que é estabelecida com o trabalho, a família e a saúde, evidenciando a necessidade da busca pela realização. Ora, quem não se sente realizado se torna alvo preferencial desse tipo de conteúdo, o que eleva a popularidade do estilo.

O Quadro 3, a seguir, exemplifica a forma como a literatura de autoajuda responde aos anseios que se apresentam no dia a dia das pessoas:

¹⁷ TREVISAN, Lauro. *Conhece-te e conhecerás o teu poder*. Santa Maria: Editora da Mente, s/d.

QUADRO 3 – “Pílulas de Sabedoria” dos livros de autoajuda

(Continua)

Autor	Obra	Vendas mundiais / exemplares	“Pílula de Sabedoria”
James Hunter	O monge e o executivo	3,5 milhões	Um líder é alguém que identifica e satisfaz as necessidades legítimas de seus liderados. Para liderar, você deve servir.
Max Lucado	Dias melhores virão	60 milhões	Deus é por você. Seus pais podem ter se esquecido de você, seus professores podem tê-lo ignorado, seus irmãos podem ter vergonha de você, mas ao alcance de suas orações está o Criador dos oceanos – Deus!
Elizabeth Gilbert	Comer, rezar e amar	7 milhões	Galopamos pela vida como artistas de circo, equilibrados em dois cavalos que correm lado a lado a toda a velocidade – com um pé sobre o cavalo chamado destino, e o outro sobre o cavalo chamado livre-arbítrio. E a pergunta que você precisa fazer todos os dias é: Qual dos cavalos é qual? Com qual devo parar de me preocupar, porque ele não está sob meu controle, e qual deles preciso guiar com esforço concentrado? O perdão existe em primeiro lugar para aquele que perdoa, para liberá-lo de algo que vai destruí-lo, que vai acabar com sua alegria e capacidade de amar integral e abertamente.
William Paul Young	A cabana	11 milhões	

QUADRO 4 – “Pílulas de Sabedoria” dos livros de autoajuda

(Conclusão)

Autor	Obra	Vendas mundiais / exemplares	“Pílula de Sabedoria”
Professor Hermógenes	Autoperfeição com Hatha Yoga	580.700	Os frutos mais doces da árvore do Yoga só podem ser colhidos nos ramos mais altos e mais tenros, portanto verdadeiramente impraticáveis àqueles cujo egoísmo pesa uma tonelada.
Ana Beatriz Barbosa Silva	Mentes inquietas	535 mil	Dê mais atenção aos bons momentos. Não deixe passar a oportunidade de recompensar sua criança, quando ela estiver se comportando adequadamente; aliás, recompense-a sempre pelos pequenos passos que conseguir dar em direção ao objetivo. Acostume-se a querer o sucesso, a perseguir o bom resultado.
Ian Mecler	A força	50 mil	Insira uma rotina de compartilhar em sua vida. Pode ser por meio de ações simples, porém significativas. Por exemplo, ajudando um parente, um amigo, mesmo um desconhecido.
Padre Fábio de Melo	Quem me roubou de mim	1,1 milhão	Só o amor faz ser livre, porque quebra os cativeiros que nos aprisionam. Ele tem o dom de devolver a liberdade. Não podemos acreditar no amor de quem nos aprisiona e nos mantém em cativo.

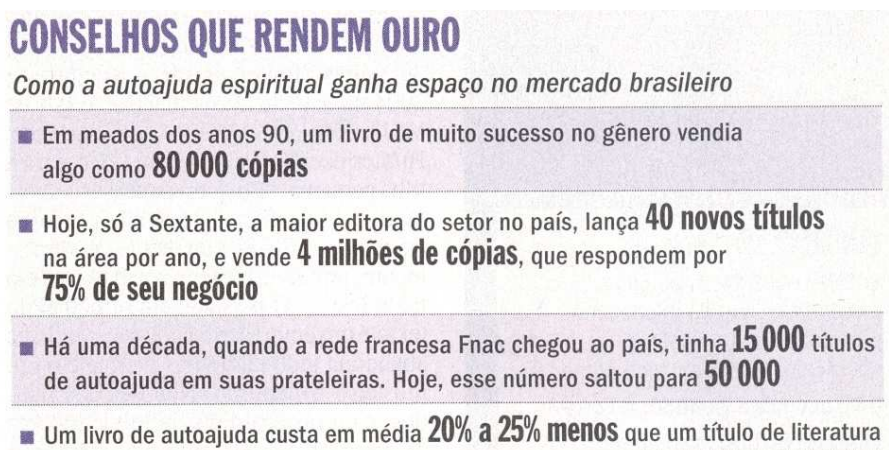
Fonte: Adaptado de Boscov e Rogar, 2009.

4.3 A AUTOAJUDA COMO UM FENÔMENO EDITORIAL

A literatura classificada como autoajuda, que até a década de 1990 apresentava crescimento pouco significativo do ponto de vista editorial, ganhou novos índices a partir de então, tornando-se o principal alvo de um número significativo de editoras brasileiras. “No Brasil, a publicação de obras do gênero teve um crescimento de mais de 700% nos últimos oito anos¹⁸, contra um aumento de 35% do mercado de livros como um todo” (MARTHE, 2002, p. 115). O autor informa que só no ano de 2001, foram vendidos 3,4 milhões de exemplares da categoria.

A imagem a seguir traz informações que reforçam a presença da literatura de autoajuda no mercado:

Figura 1 – Conselhos que rendem ouro



Fonte: Boscov; Rogar, 2009, p. 46.

Apesar do avanço editorial apresentado pelas estatísticas, há autores que não consideram o gênero autoajuda como algo positivo e capaz de trazer benefícios ao leitor.

Daí a imensidão de livros ruins, essa erva daninha da literatura que se alastra, que retira a nutrição do trigo e o sufoca. Assim, eles usurpam o tempo, o dinheiro e a atenção do público a que, por lei, pertencem os bons livros e seus nobres objetivos, enquanto os livros ruins foram escritos com a única finalidade de gerar dinheiro ou propiciar emprego. Não são, portanto, apenas inúteis, mas positivamente daninhos (SCHOPENHAUER, 1851).¹⁹

¹⁸ O autor toma como base o período de 1994 a 2001, tendo como fonte de pesquisa os dados da Câmara Brasileira do Livro – CBL.

¹⁹ Disponível em: <<http://www.escriitoriodolivro.com.br/leitura/schopenhauer.html>>. Acesso em: 10 out. 2014. Vale, neste ponto, chamar a atenção para o fato de que, mesmo antes da explosão de autoajuda no século XX, já havia os críticos do gênero, embora ainda não recebessem tal denominação.

Os questionamentos são se, de fato, a autoajuda ajuda, uma vez que os livros prometem resolver ou amenizar as situações de conflito vivenciadas pelo leitor, mas a maioria torna-se até dependente desse tipo de leitura, o que pode gerar um círculo vicioso, na visão de críticos, como Shopenhauer.

Há que se considerar que, na busca pelo sucesso editorial, alguns autores podem utilizar de valores nem sempre “nobres”, como a mentira, a manipulação, a falsa sensação de poder e a enganação, não apenas para atrair, mas para fixar um processo de dependência por parte do leitor.

Rüdiger (2010) comenta que o gênero tem por alvo pessoas que provavelmente nunca poderão chegar a ser bem-sucedidas, tendo em vista a exigência imposta pela modernidade de cada um ser única e diferente. Àqueles que não conseguem tal proeza é que se destina o conteúdo de autoajuda.

Embora o fenômeno editorial não seja unanimidade entre os autores, não se pode ignorar a forma como o gênero autoajuda é visto pelos sujeitos participantes desta pesquisa, conforme será analisado no próximo capítulo.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Por isso eu pergunto a você no mundo, se é mais inteligente o livro ou a sabedoria.

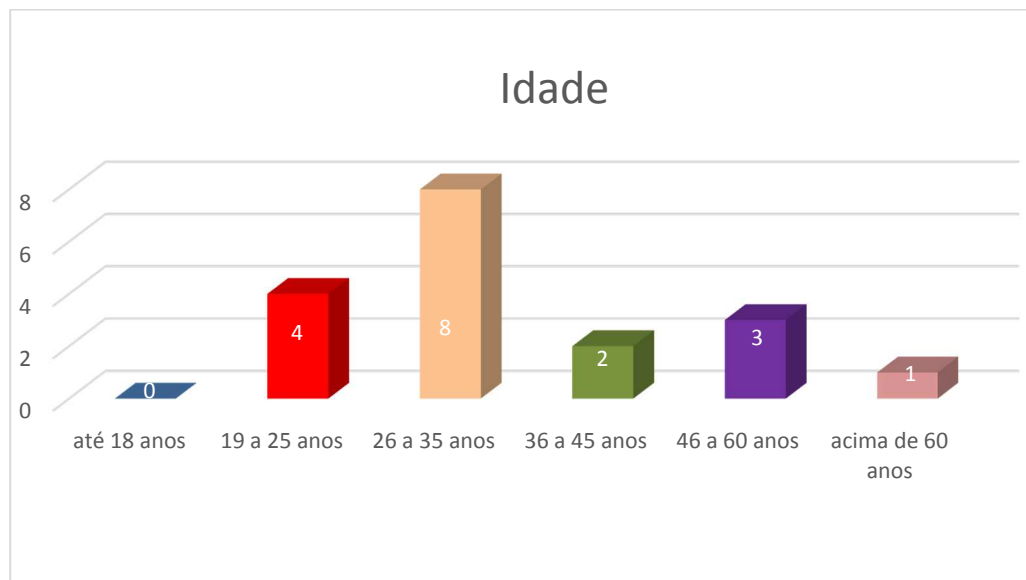
Marisa Monte

A partir das respostas dos sujeitos entrevistados, passou-se à fase de tabulação e análise dos dados²⁰, conforme será detalhado a seguir.

Em relação ao primeiro tópico do formulário de pesquisa – perfil do entrevistado –, o público encontra-se, em sua maioria, na idade entre 26 e 35 anos e possui ensino superior, destacando-se, também, o alto índice de entrevistados com pós-graduação, conforme Gráficos 1 e 2.

O que se constatou nessa investigação, é que o público que geralmente se interessa pelo gênero de autoajuda é variado, sendo composto de estudantes a pessoas da terceira idade, o que desafia classificações e estimula o autor a ampliar o foco do conteúdo da obra, a fim de alcançar tal vastidão.

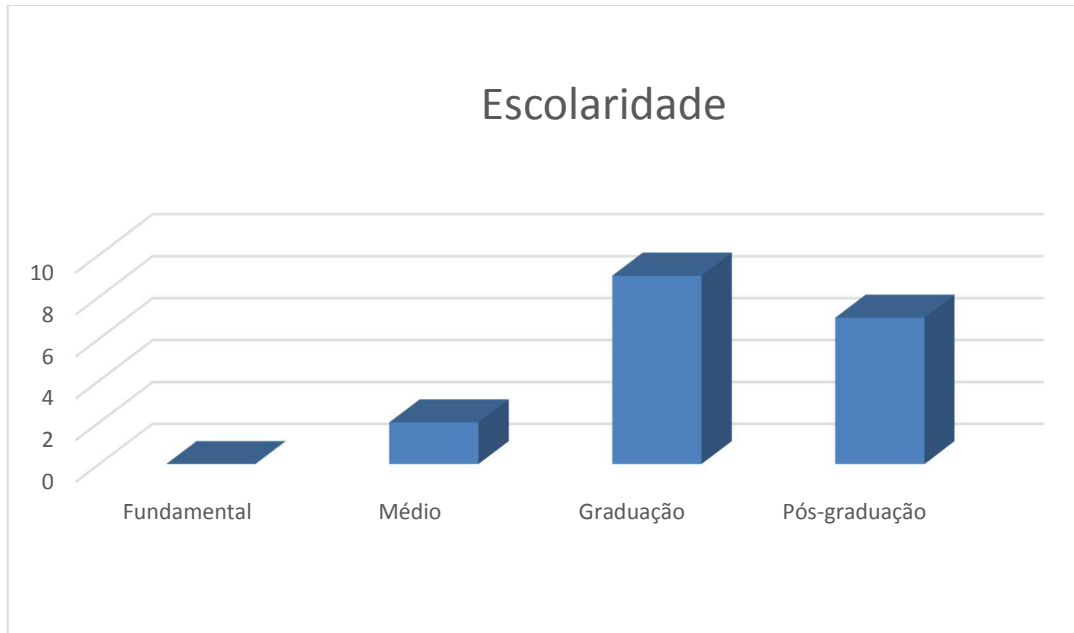
Gráfico 1 – Idade dos entrevistados



Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

²⁰Os gráficos não apresentados neste capítulo se encontram disponíveis no Apêndice D.

Gráfico 2 – Escolaridade dos entrevistados



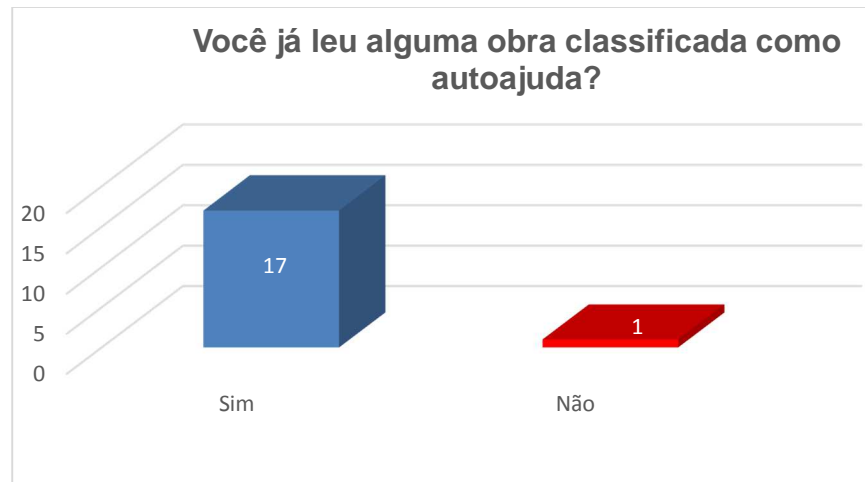
Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

Quanto à segunda parte do questionário, que traz os hábitos de leitura do gênero autoajuda, o Gráfico 3 aponta que prevalece a resposta positiva (95%)²¹, quanto ao contato com os livros classificados de tal forma. Nesse sentido, vale lembrar que a esfera ou o momento profissional interfere no nível de interesse por obras dessa linha. Situações de desemprego ou de concorrência no ambiente de trabalho tendem a produzir momentos de ansiedade, levando o sujeito a uma busca constante por níveis maiores de aprimoramento. Em contextos assim, os livros de autoajuda apresentam-se como uma alternativa para amenizar o estado de angústia e sofrimento. Algumas obras podem até oferecer oportunidades de reciclagem profissional, contribuindo para que o sujeito mude de direção.

Entre os leitores desse estilo literário, a maior parte já leu mais de um livro e costuma concluir a leitura das obras. O acesso às obras geralmente se dá por meio de empréstimo ou aquisição por compra, indicando que se trata de um material geralmente disponível em pontos comerciais, por vendas a domicílio (revistas) e, ainda, pela internet.

²¹ Do total de entrevistados, apenas um respondeu que não leu obras classificadas como autoajuda. Ele informa que já ouviu falar que se trata de um conteúdo de leitura simples e que não exige muito esforço mental, facilitando sua divulgação. Para esse participante, a pesquisa encerrou-se com essa resposta.

Gráfico 3 – Hábitos de leitura dos entrevistados



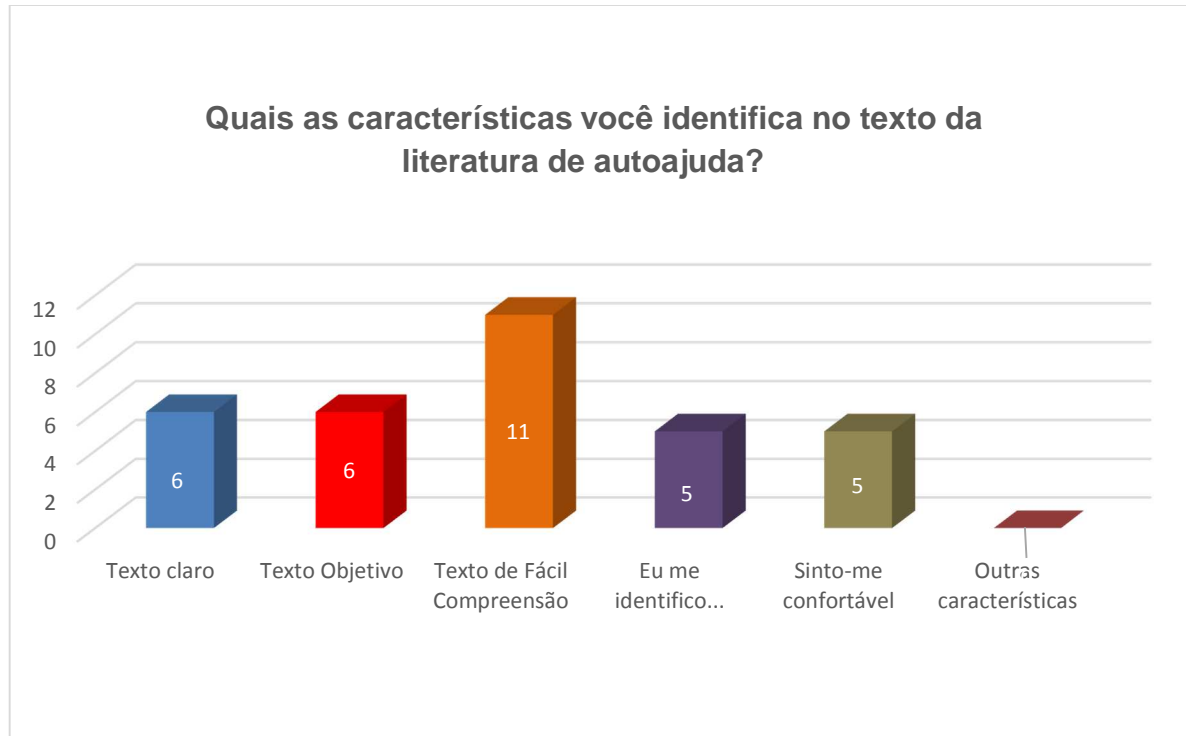
Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

O último tópico dessa parte do questionário revela que boa parte dos entrevistados (77%) não adquire livros de autoajuda a partir da lista dos mais vendidos exibida pelos veículos de comunicação. Pode-se deduzir, portanto, que não há influência da mídia nos hábitos de consumo do público leitor participante desta pesquisa.

A terceira parte do levantamento procurou apurar a opinião do entrevistado em relação à construção textual do gênero objeto desta investigação, que é apresentada no Gráfico 4.

O questionário possibilitou que cada entrevistado apontasse mais de uma opção de resposta. Todas as características apresentadas obtiveram alguma pontuação, condizente com as observações de Fornari e Souza (2001) de que o texto das obras de autoajuda é estruturado de forma direta, sendo facilmente assimilado e capaz de conduzir a uma leitura confortável.

Gráfico 4 – Características do texto de autoajuda



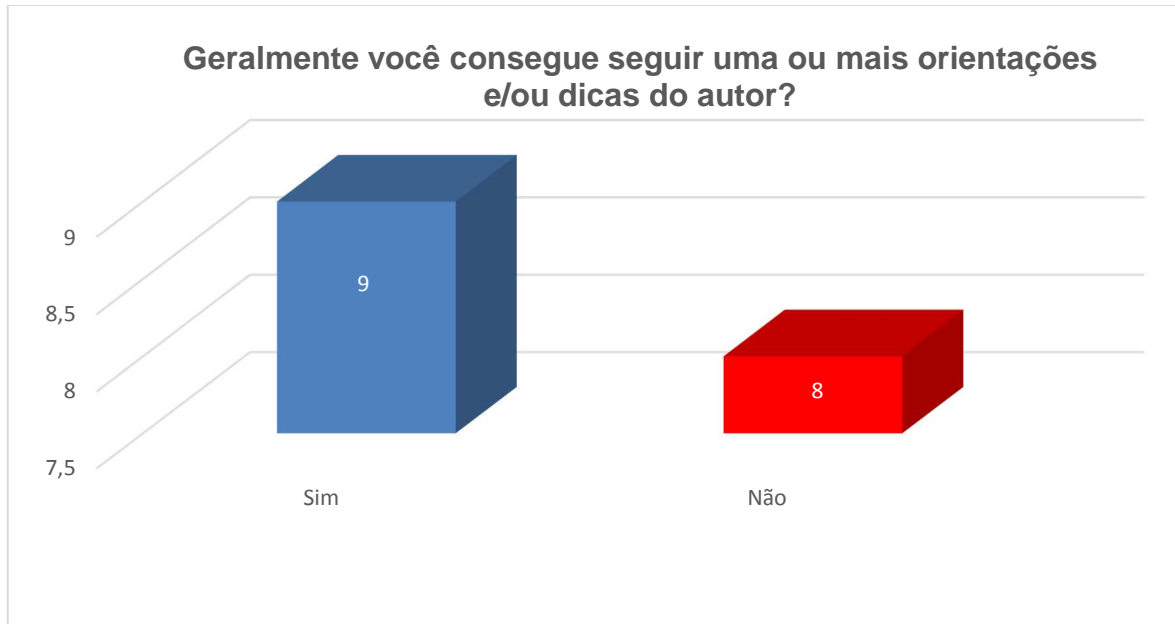
Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

A penúltima abordagem do questionário trata do sentido que a literatura de autoajuda tem para o leitor. A maioria dos entrevistados revela que se lembra dos títulos das obras e segue uma ou mais orientações apresentadas pelo autor. Eles relatam, também, que o conteúdo da obra tem influência positiva em sua vida, contribuindo para a resolução de problemas e que temas relacionados à saúde do corpo e da alma são os mais atraentes.

Outra abordagem aponta que esse gênero não abre possibilidade de contato com outros tipos de leitura. O último tópico dessa parte informa que a maioria dos entrevistados identifica o conteúdo de autoajuda como uma fonte confiável de informação.

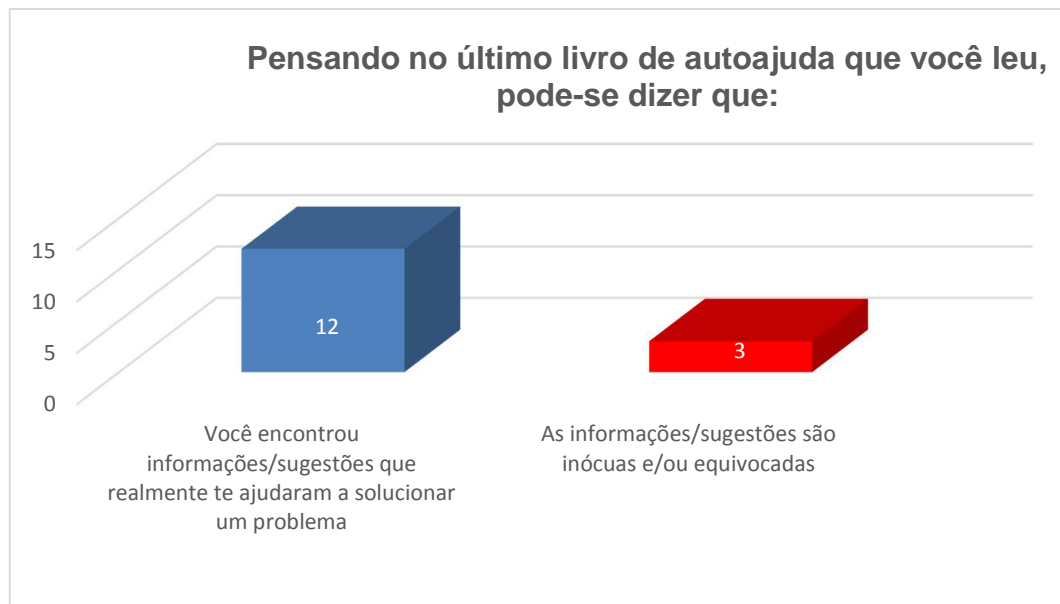
Os gráficos 5, 6, 7 e 8 trazem os dados desse bloco do questionário.

Gráfico 5 – Orientações das obras de autoajuda



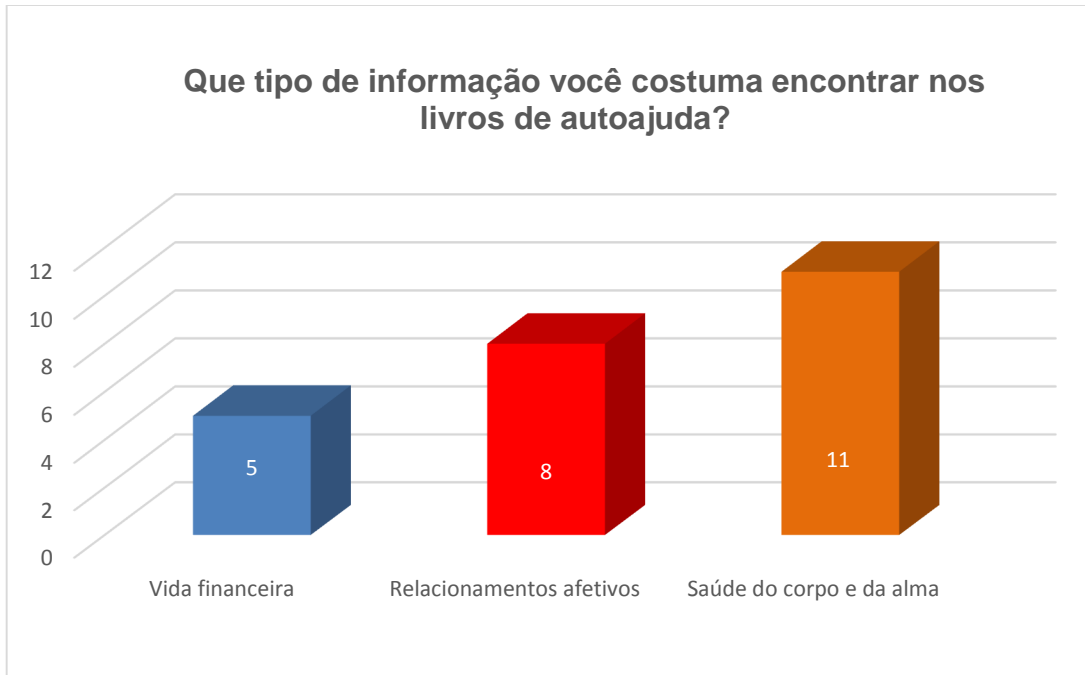
Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

GRÁFICO 6 – Sentido da informação de autoajuda



Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

GRÁFICO 7 – Tipo de informação de autoajuda

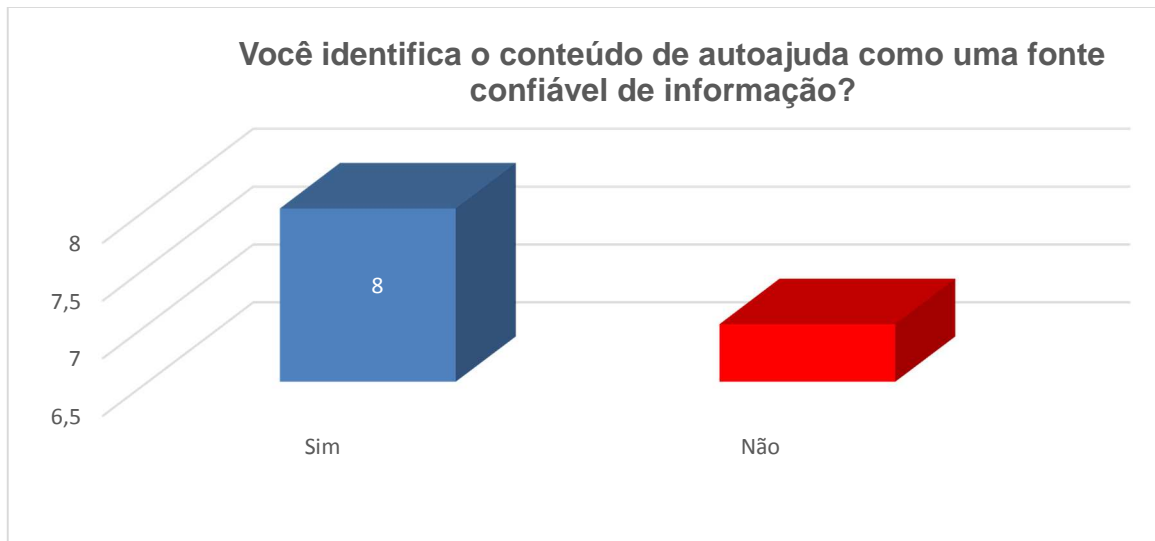


Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

Esse bloco de respostas tem conotação direta com a abordagem de Choo e Davenport (*apud* ARAÚJO, 2010), em que a informação é uma prática social e, portanto, está relacionada ao significado que cada indivíduo lhe dá. Com isso, fatos, dados e relatos podem ser transformados em informação a partir da vivência de cada um, chegando a alcançar, sob um processo de reflexão, status de conhecimento e até representar uma forma de poder abordada por Weber (*apud* SILVA, 2010).

Essa postura de autonomia do leitor nos remete, também, ao conceito de Iser (*apud* BULGARELLI, 2010), de que é possível reelaborar os textos com base nas experiências e conhecimentos de cada um.

GRÁFICO 8 – O conteúdo de autoajuda como fonte confiável de informação



Fonte: Elaborado pela autora a partir do resultado da pesquisa.

A comprovação do resultado do Gráfico 8 está ilustrada na última parte do questionário (Palavra Livre), respondida por seis entrevistados. Eles trazem recortes que reafirmam o pensamento dos autores:

- Entrevistado 1: “[...] acho que a fonte somente será confiável quando o leitor se identificar com ela, pois, em alguns casos, o autor se coloca como foco principal e isso pode não ser a base para o leitor colocar o fato como confiável.”
- Entrevistado 5: “Não existe receita de bolo[...]. Podemos nos inspirar em alguns conselhos que podem nos nortear, mas suas aplicações carecerão de uma contextualização e adaptações (algumas vezes significativas) para tentar obter o resultado esperado.”
- Entrevistado 9: “A literatura de autoajuda não deve ser considerada como manual de vida, pois caso seja, torna-se equivocada, uma vez que não é uma verdade absoluta. Essa literatura é útil para, quem sabe, apenas evidenciar pontos a serem trilhados, assim como características do próprio leitor. No mais, informação nunca é demais quando transformada em conhecimento.”

O que se pode perceber, de um modo geral, é que o leitor de autoajuda participante desta pesquisa reconhece benefícios nesse gênero literário e se sente contemplado, como sujeito e agente da própria história.

Pode-se, assim, deduzir que esse tipo de leitor está atento, o que lhe permite usufruir das vantagens que a autoajuda traz sem perder o nível de criticidade e a percepção de que, ao final das contas, o destino de cada um está atrelado às próprias escolhas, conforme detalha Rüdiger (2010), ao mencionar que o leitor é dotado de um poder interior, que estará sempre disponível, podendo ser acionado a qualquer momento.

Entretanto, não se pode descartar a possibilidade de existência de algum caráter de alienação, que pode ser percebido em uma das partes envolvidas na obra de autoajuda, a saber, o leitor.

5.1 A AUTOAJUDA DO PONTO DE VISTA COMERCIAL

A Editora Gente, cujo lema é “Gente fazendo livros, livros fazendo Gente”, foi fundada em 1984 e se reconhece como “uma empresa profissional, inovadora, dinâmica, e, sobretudo, humana”.

Com foco no desenvolvimento humano, dedica-se a três linhas editoriais: autoajuda, educação e gestão. A primeira abriga temas como espiritualidade, bem-estar, relacionamento, sexualidade, saúde, comportamento e finanças pessoais. A segunda aborda temas que atendem os interesses de pais, professores e pedagogos; e a linha de gestão trata de carreira, negócios, administração, gestão de recursos humanos e treinamento. A Editora Gente mantém livros publicados não apenas no Brasil, mas, também no exterior.

Os valores da empresa são: “todas nossas ações estão baseadas em sólidos valores, divididos por nossos colaboradores e parceiros de negócios. É através dessas crenças que guiamos nosso dia a dia em busca de um futuro melhor: Integridade, Espírito de Equipe, Fé, Organização e Conhecimento”. Tais valores ajudam a reforçar e legitimar o caráter humanista da editora e, conseqüentemente, a presença e sucesso no mercado editorial, já que atrai um número cada vez maior de leitores.

O teor da entrevista, cuja íntegra está no Apêndice A, demonstra que há uma preocupação com o ser humano e o seu desenvolvimento e que a editora busca estratégias de negócio para manter-se em destaque no segmento em que atua. A empresa utiliza-se, por exemplo, de assessoria de imprensa, buscando atingir mídias especializadas para divulgar o diferencial do seu trabalho.

5.2 A VOZ DO EDITOR E A VOZ DOS LEITORES

A observação dos conteúdos da entrevista realizada com a Editora Gente e dos questionários aplicados junto ao público leitor de autoajuda permite inferir que há um respaldo no comportamento das pessoas para que esse gênero se firme como um dos preferidos. O contexto, nem sempre favorável, relacionado aos problemas familiares, financeiros, profissionais e espirituais, leva o sujeito a procurar alguma forma de solução. Nesse sentido, a autoajuda apresenta-se acessível e pronta para inspirar algum processo de mudança.

Cabe a análise de cada experiência de leitura, na busca da compreensão da possibilidade desse leitor ser capaz de assimilar o conteúdo de forma crítica, posicionando-se até como um “coautor” ou se ele alimenta um nível tal de alienação que o impossibilita de adotar uma postura racionalizada.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

[...] a beleza de ser um eterno aprendiz.

Gonzaguinha

A motivação preliminar para a realização desta pesquisa se deu a partir da observação sobre o volume de títulos classificados como autoajuda nas livrarias e a forma como esse gênero atrai as pessoas. Em consultas eventuais às listas dos “mais vendidos” divulgadas pela mídia, era possível verificar que no topo sempre se encontrava alguma obra com esse conteúdo, “em cartaz” há várias semanas.

Durante a investigação, o objetivo foi apurar se há algum nível informacional na literatura de autoajuda. O contato com os autores do referencial teórico trouxe conceitos relacionados à indústria cultural e à massificação da informação.

A abordagem de que a informação pode determinar um status de poder está presente não apenas nas obras de referência deste trabalho, mas também na academia (Escola de Ciência da Informação, por exemplo) e nos mais vastos campos de conhecimento, como a sociologia, a história e a filosofia.

O referencial teórico apontou, ainda, um resgate do surgimento do termo “autoajuda”, muito embora tenha sido encontrada uma certa dificuldade de precisão em relação a tal origem. Não há clareza quanto à linha de tempo, mas verificou-se que a literatura de autoajuda sempre perpassou as situações que envolvem a sociedade.

O que se percebeu, a partir do estudo das características do gênero de autoajuda, é que tal conteúdo tem a capacidade de despertar no leitor um espírito de autoconfiança, ou seja, funciona como sustentáculo para as ações do indivíduo, sobretudo em momentos de crise. Além disso, pudemos observar a função humanizadora dessa abordagem literária. Isso porque as pessoas acabam recorrendo a esse gênero como um recurso mediador, a partir do qual buscam encontrar respostas para diversas dúvidas e inseguranças cotidianas.

Tal busca torna-se ainda mais evidente na sociedade contemporânea, tendo em vista as transformações que levam os sujeitos a níveis cada vez maiores de individualização. Aspectos como o avanço tecnológico e a “concorrência” entre as pessoas (nos mais diversos níveis) conduzem a um isolamento, em que valores como solidariedade e empatia acabam perdendo

espaço. O resultado é um vazio, um certo senso de desconexão e intensa solidão. Entra em cena a literatura de autoajuda, em certas ocasiões, procurando preencher essa lacuna.

A partir da pesquisa de campo, baseada na aplicação de questionário e análise dos dados e, ainda, o conteúdo da entrevista com a Editora Gente, constatou-se que, de fato, esse é um gênero que está presente nos hábitos de leitura de um grande número de pessoas, podendo até mesmo interferir no comportamento do homem contemporâneo. Não há qualquer posicionamento de apologia à autoajuda, mas percebe-se o reconhecimento do valor informacional desse conteúdo, principalmente se atrelado à vivência e experiências do próprio leitor.

Quanto à eficácia da literatura de autoajuda, os entrevistados identificam nesse tipo de obra um alento para os problemas cotidianos. As orientações descritas nos “manuais” são consideradas úteis e capazes de dar respostas a dificuldades pontuais vividas pelo leitor, ou seja, é possível encontrar ali, naquelas páginas, um conteúdo informacional que pode ser elevado à categoria de conhecimento. O diferencial são os comportamentos e hábitos do leitor, já que o sentido da leitura tem caráter individual, como todas as demais escolhas que a vida nos apresenta.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ARAÚJO, Eliane Pawlowski de Oliveira; FERREIRA, Marta Araújo Tavares. Universidade Federal de Minas Gerais: [manuscrito]. *A informação e a organização*: a construção do conhecimento organizacional. 2010, 47 f.
- ARRUDA, Renata Kelly. *Leitura em trânsito*: uma aproximação com as práticas de produção, difusão e leitura do jornal Super Notícia. 31 ago. 2009. 135 f. Dissertação. UFMG, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/FAEC-855TWC/dissertacao_renata_kelly.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 out. 2014.
- BRASIL, Ministério da Educação. *Parâmetros Curriculares Nacionais*: terceiro e quarto ciclos do Ensino Fundamental: Língua Portuguesa. Brasília: MEC/SEF, 1998.
- BOSCOV, Isabela; ROGAR, Sílvia. Nas asas da autoajuda. *Veja*. São Paulo. Abril. Edição 2141, 2 dez. 2009. p. 140-147.
- BULGARELLI, Marcelo. *Aprendizagem mediada de literatura pelos direitos do leitor*. 2010. 169 f. Dissertação. USP, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-06082010-110946/publico/MARCELO_BULGARELLI.pdf>. Acesso em: 10 out. 2014.
- CHAGAS, Arnaldo. *A ilusão no discurso de autoajuda e o sintoma social*. Ijuí: Editora Unijuí, 2001.
- CURY, Augusto Jorge. *O futuro da humanidade*. São Paulo: Arqueiro, 2005.
- EAGLETON, Terry. *Teoria da literatura*: uma introdução. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FORNARI, Liége Maria Sitja; SOUZA, Elizeu Clementino. As narrativas nos discursos de autoajuda. In: *Revista da FAEEBA*, Salvador, n. 15, jun. 2001.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas, 1991.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Técnicas de pesquisa*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. *Pesquisa em educação*: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.
- MARTHE, Marcelo. O alto astral da autoajuda. *Veja*. São Paulo. Abril. Edição 1777, 13 nov. 2002. p. 114.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). *Pesquisa Social*: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

PIMENTA E OLIVEIRA, Sheila Fernandes. Leituras do discurso de autoajuda: algumas reflexões. In: *III Seminário sobre leitura e produção no ensino superior*. 2002. Disponível em: <http://alb.com.br/arquivo-morto/edicoes_antteriores/anais14/Sem15/C15019.doc>. Acesso: 10 out. 2014.

RICHARDSON, Robert Jarry *et al.* *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RÜDIGER, Francisco. *Literatura de autoajuda e individualismo: contribuição ao estudo de uma categoria da cultura de massas*. 2ª ed. Porto Alegre: Gattopardo, 2010.

SILVA, Romano; PINHEIRO, Marta Macedo Kerr, Universidade Federal de Minas Gerais. [Manuscrito] *O uso da informação e do conhecimento como instrumento de poder e estratégia competitiva: estudo de caso de uma empresa de autopeças*. Belo Horizonte, 2010. 56 f. il.

SODRÉ, Muniz. *Teoria da Literatura de Massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ZILBERMAN, Regina. *A leitura e o ensino da literatura*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 1991.

OBRAS CONSULTADAS

AGUIAR, André Effgen de. A construção do ethos no discurso de auto-ajuda: um recorte de revistas femininas. *PERcursos Linguísticos*, Vitória (ES), v. 3, n. 1, p. 19-39, 2011 (edição especial).

BRUNELLI, Anna Flora. “*O sucesso está em suas mãos*”: análise do discurso de autoajuda. Campinas, SP [s.n.], 2004. 164 p.

LOPES, Cristiane; FELIZARDO, Karla Guidoni; RANHEL, Tacyla Garcia. *O discurso de autoajuda na Academia Brasileira de Letras: um estudo sobre Paulo Coelho*. Franca, 2008 TCC 49 p.

NAGAMURA, George Henrique. Quem é feliz não adoce: análise do discurso da autoajuda da saúde. *Estudos linguísticos*, São Paulo, 38(3):109-123, Set-Dez. 2009.

LOLI, Rejane. *A persuasão no discurso de autoajuda: uma abordagem sistêmico-funcional*. Mestrado em linguística aplicada e estudos da linguagem. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.

MATTEI, Isabel. *Esoterismo, autoajuda e trivialidade em O Alquimista*.

SOUSA, Rafaela Carla Santos de. “*Este livro mudará sua vida*”: uma análise da persuasão em capas de livros de autoajuda. João Pessoa. 2009. 133 p.

VERONA, Márcia A. de S. A Literatura de Massa na perspectiva da estética da recepção. Encontro Regional da ABRALIC 2007 Literaturas, Artes, Saberes 23 a 25 de julho de 2007. USP – São Paulo, Brasil, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM A EDITORA GENTE

1 - Cite pelo menos 3 (três) motivos que levaram a Editora Gente a colocar no mercado livros de autoajuda.

Os três principais motivos que levaram a Editora Gente a publicar livros de Autoajuda são:

- Contribuir com a evolução e/ou desenvolvimento do ser humano;
- Ajudar as pessoas a resolverem e/ou superarem seus problemas por meio da leitura;
- Elevar a autoestima de nossos leitores.

2 - É habitual a Editora Gente realizar pesquisas de mercado?

Sim, mesmo porque, qualquer ação só é válida quando já sabemos, em termos, qual será a aceitação de nossos *stakeholders* (público estratégico).

Quando vamos lançar algum livro, muitas vezes é realizado um tipo de pesquisa, chamada *Focus Group*, justamente para saber se haverá ou não leitores para o mesmo. Temos o costume, também, de realizar pesquisa de satisfação com nossos livreiros, a fim de cada vez mais aperfeiçoar nossos relacionamentos. O contato direto com leitores é efetuado, normalmente, em eventos, como por exemplo, a Bienal do Livro, onde solicitamos a todos que efetuaram compra ou que desejam estar em nosso banco de dados, que preencham uma ficha com suas informações, a fim de promover uma aproximação direta com nosso consumidor final.

3 - Quais são as diretrizes/estratégias da Editora Gente que dizem respeito à divulgação de livros e especificamente os de autoajuda?

Procuramos divulgar em mídias que atendem nosso público alvo. Utilizamos muito o trabalho de assessoria de imprensa nas mídias específicas e a divulgação nas redes sociais, além de algumas ações nas próprias livrarias e suas vitrines.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO AO PÚBLICO LEITOR

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
ESCOLA DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DA INFORMAÇÃO

Pesquisadora: Josideli Cristina Ramos Andrade

Orientadora: Professora Maria da Conceição Carvalho

Pesquisa: Literatura de Autoajuda: Influência Informacional na Sociedade Contemporânea

QUESTIONÁRIO

I-Perfil do Entrevistado:

- Nome: _____
- Idade: ___Até 18 anos / ___19 a 25 / ___26 a 35 / ___36 a 45 / ___46 a 60
 ___acima de 60 anos
- Escolaridade: ___Ensino Fundamental / ___Ensino Médio / ___Graduação
 ___Pós-graduação

II- Hábitos de leitura do gênero autoajuda:

- Você já leu alguma obra classificada como autoajuda?
 ___Não. Se não, o que já ouvir falar sobre a literatura de autoajuda e o que pensa a respeito desse gênero?

 ___Sim. Se sim, por favor, siga respondendo.
- Quantas vezes já leu esse gênero?
 ___1 / ___2 a 4 / ___5 a 10 / ___acima de 10
- Já leu a mesma obra mais de uma vez? ___Sim ___Não

- Geralmente, você lê o livro até o final? ___Sim _____Não
- Você pode identificar como teve acesso a esses livros?
___Compra _____Presente _____Empréstimo
- Você já teve contato com alguma lista de livros mais vendidos divulgada pela mídia e, a partir dela, adquiriu alguma obra do gênero autoajuda?
___Sim _____Não

III- Opinião sobre o texto de autoajuda:

- Quais as características você identifica no texto da literatura de autoajuda?
___Texto claro
___Texto objetivo
___Texto de fácil compreensão
___Eu me identifico com a forma de abordagem do autor
___Sinto-me confortável durante a leitura
___Outras características: _____

IV- O sentido da literatura de autoajuda:

- Geralmente você consegue seguir uma ou mais orientações e/ou dicas do autor?
___Sim _____Não
- Você se lembra dos títulos dos livros de autoajuda que já leu?
___Sim _____Não
- Pensando no último livro de autoajuda que você leu, pode-se dizer que:
___Você encontrou informações/sugestões que realmente te ajudaram a solucionar um problema
___As informações/sugestões são inócuas e/ou equivocadas
- Que tipo de informação você costuma encontrar nos livros de autoajuda?

- Vida financeira
- Relacionamentos afetivos
- Saúde do corpo e da alma

- A literatura de autoajuda abriu novas possibilidades de leitura e você passou a ter contato com obras de outros gêneros? Sim Não

- Você identifica o conteúdo de autoajuda como uma fonte confiável de informação?
 Sim Não

- Palavra livre: _____

APÊNDICE C

Mensagem eletrônica enviada aos entrevistados, convidando-os a participarem da pesquisa

Prezado Senhor,

Em primeiro lugar, gostaria de agradecê-lo pela gentileza em participar da pesquisa que estou desenvolvendo sobre a literatura de autoajuda, cujo objetivo é avaliar a forma como esse gênero está presente no dia a dia das pessoas e se pode ser considerado como fonte de informação.

Esclareço que todas as informações serão tratadas de forma a preservar o anonimato dos entrevistados.

Solicito a gentileza de responder até a próxima segunda-feira, dia 01/12.

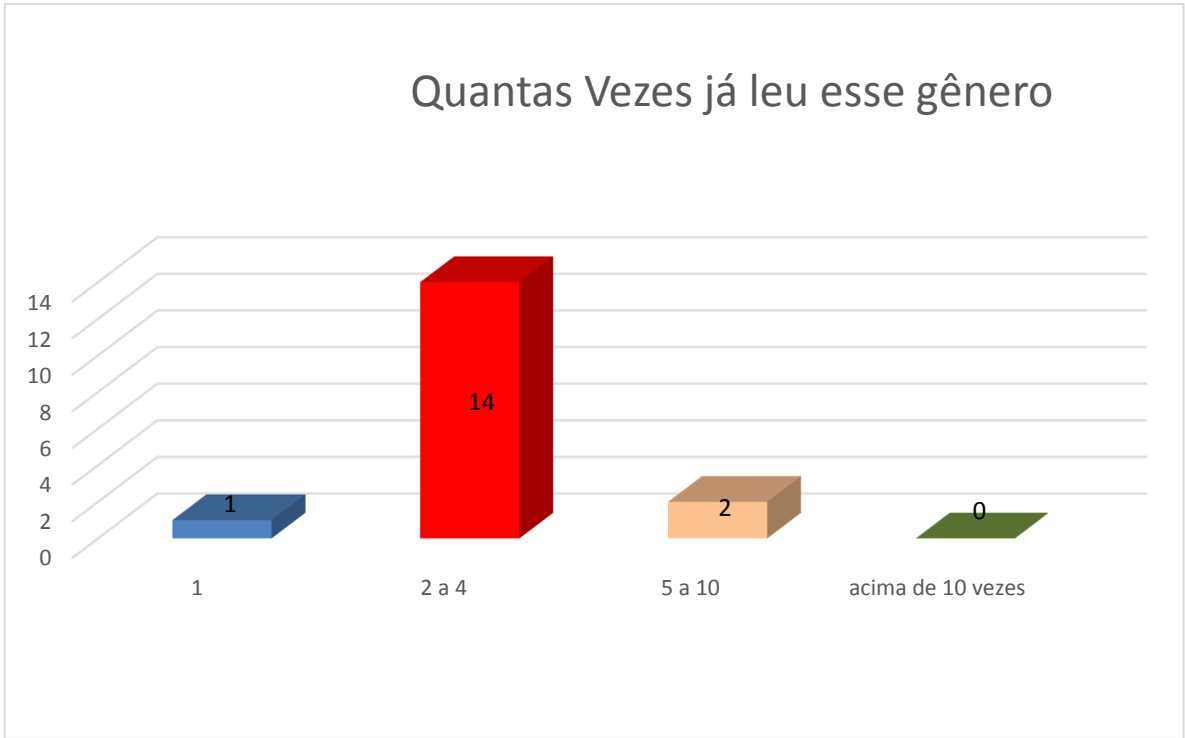
Muito obrigada.

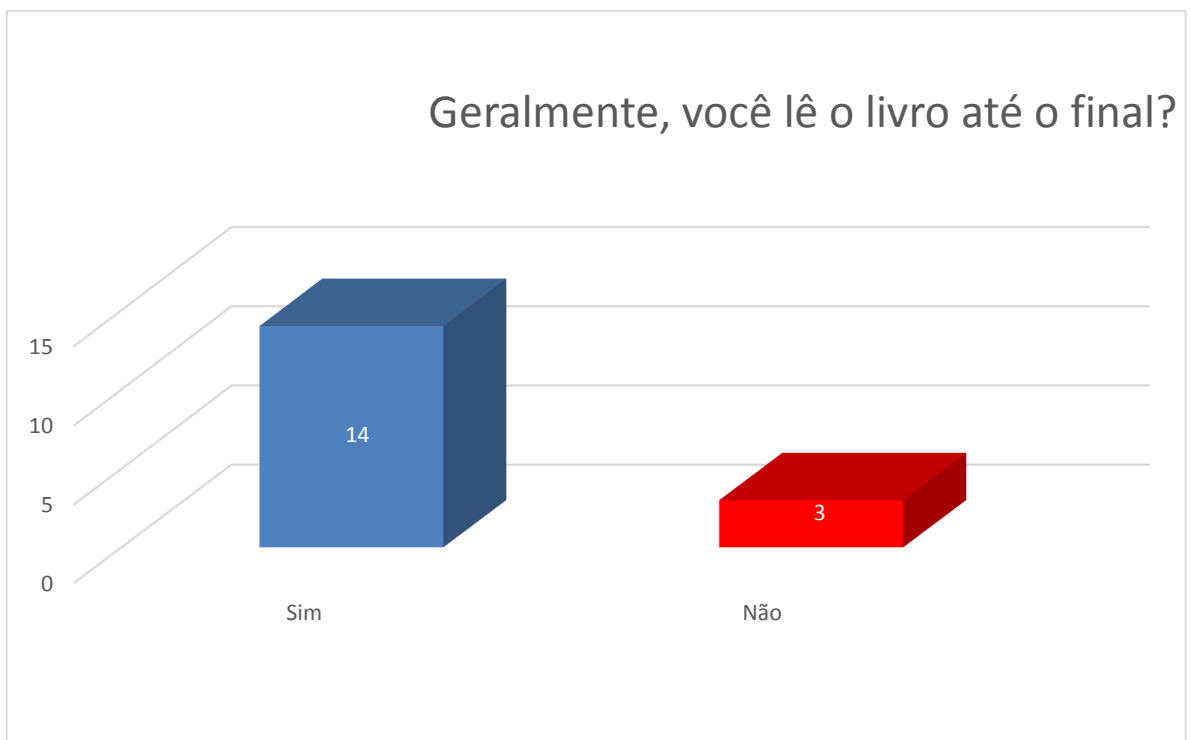
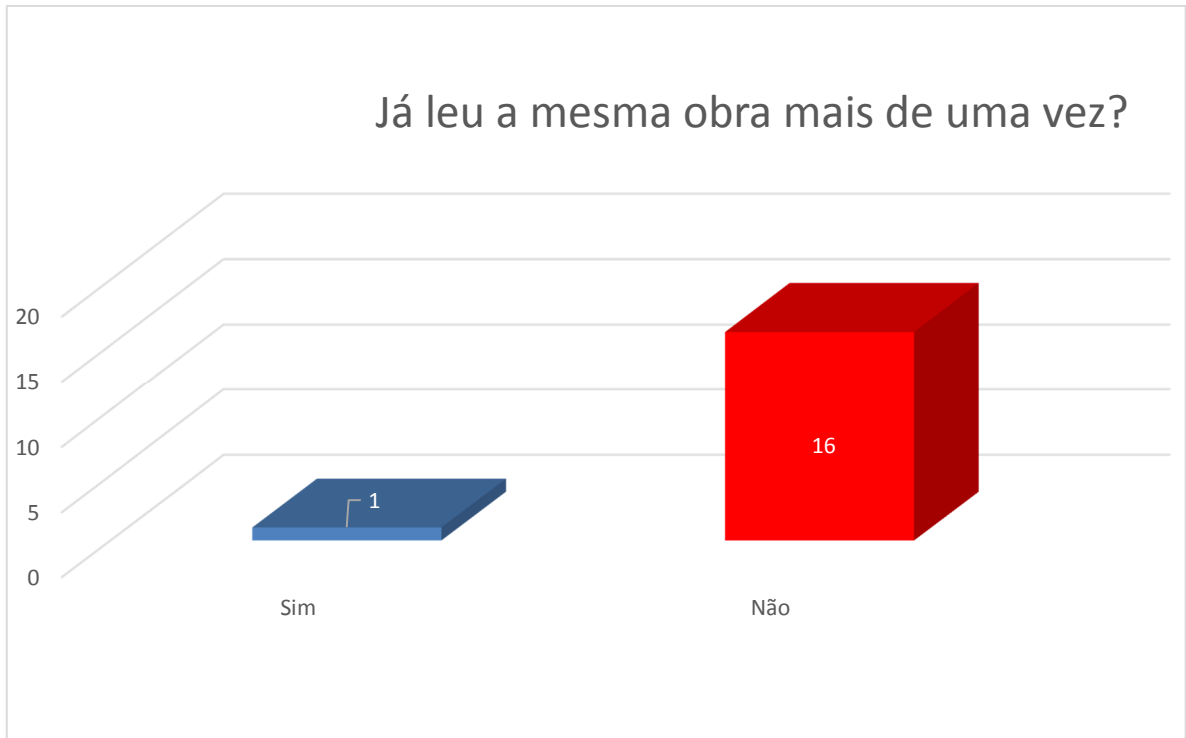
Atenciosamente,

Josideli Cristina Ramos Andrade,
Acadêmica do curso de Pós Graduação
Escola de Ciências da Informação – UFMG.

APÊNDICE D – GRÁFICOS

Material elaborado pela autora a partir da tabulação dos dados dos questionários respondidos.





Você já teve contato com alguma lista de livros mais vendidos divulgada pela mídia e, a partir dela, adquiriu alguma obra do gênero autoajuda?

