

PSICOLOGIA & SOCIEDADE

Psicologia & Sociedade

ISSN: 0102-7182

revistapsisoc@gmail.com

Associação Brasileira de Psicologia
Social
Brasil

Alves Santos, Arci Gardênia; Leal Cunha, Eduardo
O DISCURSO DE AUTOAJUDA EM UMA REVISTA SEMANAL DE INFORMAÇÃO
Psicologia & Sociedade, vol. 27, núm. 3, septiembre-diciembre, 2015, pp. 689-699
Associação Brasileira de Psicologia Social
Minas Gerais, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=309341510022>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

O DISCURSO DE AUTOAJUDA EM UMA REVISTA SEMANAL DE INFORMAÇÃO

EL DISCURSO DE AUTOAYUDA EN UNA REVISTA SEMANAL DE INFORMACIÓN

SELF-HELP SPEECH ON A WEEKLY NEWS MAGAZINE

<http://dx.doi.org/10.1590/1807-03102015v27n3p689>

Arci Gardênia Alves Santos e Eduardo Leal Cunha
Universidade Federal de Sergipe, Aracaju/SE, Brasil

RESUMO

A autoajuda é o segmento literário caracterizado por responsabilizar os sujeitos individualmente pela resolução de seus conflitos e por se colocar como fonte de soluções para problemas psicológicos, existenciais, de relacionamento e qualquer outro vivenciado no cotidiano. Investigamos a ocorrência de conteúdos narrativos próprios da literatura de autoajuda na revista “*Veja*”, a partir da análise das reportagens de capa publicadas entre junho de 2010 e junho de 2012. Constatamos que os principais temas retratados nessa forma literária aparecem, na “*Veja*”, articulados à consolidação de uma visão específica de homem associada a valores como: individualismo, sucesso, eficácia e objetividade. Por fim, procuramos estabelecer uma análise crítica dos conteúdos veiculados e do papel da revista “*Veja*” utilizando categorias da Teoria Crítica, como razão instrumental e indústria cultural.

Palavras-chave: racionalização dos afetos; autoajuda; indústria cultural.

RESUMEN

La autoayuda es el segmento literario caracterizado por responsabilizar a las personas individualmente a resolver sus conflictos y por ponerse como centro de soluciones a problemas psicológicos, existenciais, de relacionamiento o cualquiera vivido en la rutina diaria. Investigamos la ocurrencia de contenidos narrativos propios de la literatura de autoayuda en la revista “*Veja*”, partiendo de la análisis de los reportajes de portada publicados entre junio de 2010 y junio de 2012. Comprobamos que los principales temas aportados en esa forma literaria se presentan, en “*Veja*”, enlazados a la consolidación de una visión específica del hombre asociado a valores como: individualismo, éxito, eficacia y objetividad. Al final, buscamos establecer un análisis crítico de los contenidos conducidos y del papel de la revista “*Veja*” utilizando categorías de la Teoría Crítica, como razón instrumental e industria cultural.

Palabras clave: racionalización de afectos; autoayuda; industria cultural.

ABSTRACT

Self-help is a literary segment wherein the subject is responsible for solving their own conflicts, placing itself as a source of solutions to psychological, existential, relationship and any other problems experienced in everyday life. We investigated the occurrence of narrative forms linked to self-help literature on “*Veja*” magazine from the analysis of cover stories published between June 2010 and June 2012. We noted that the main topics presented in self-help texts appear on “*Veja*” through consolidating a specific vision of man linked to values such as individualism, success, effectiveness and objectivity. Lastly, we seek to review the contents offered on “*Veja*” magazine and its role by using categories of Critical Theory such as instrumental reason and cultural industry.

Keywords: affection’s rationalization; self-help; cultural industry.

Introdução

A autoajuda é um segmento literário constituído basicamente por manuais que se utilizam de fórmulas padronizadas e contém entre seus componentes básicos: a proposição de método ou técnica para o alcance de sucesso material; a idealização da realização pessoal; e uma dimensão transcendental que liga a realização do indivíduo a um ordenamento moral do mundo (Bosco, 2001).

Rüdiger (1995) descreve a literatura de autoajuda como material de teor prescritivo que visa à solução dos problemas vivenciados pelo homem moderno, tais como: existenciais, de relacionamento pessoal, os amorosos e os profissionais. Afirma ainda que, além de ter sempre como premissa a valoração do poder da mente tanto para o uso cotidiano nas relações sociais quanto para o manejo do Eu, o conteúdo da literatura de autoajuda segue basicamente duas direções:

1. Técnicas objetivas, ligadas a maneiras de conseguir sucesso profissional, comunicar-se melhor, conservar a relação, dentre outros;

2. Ensinaamentos quanto às capacidades subjetivas, envolvendo aumento da autoestima, modos de envelhecer, viver bem, vencer a depressão, etc.

Illouz (2011) afirma que a narrativa do eu, a autorrealização e o enquadramento nos modelos de normalidade se tornaram o foco desse segmento literário. O sujeito contemporâneo passou a buscar na autoajuda fórmulas que pudessem ser utilizadas no manejo dos seus afetos, nas suas decisões profissionais, na definição de padrões estéticos, dentre outras, e iniciou uma busca pelo bem-estar a partir de modelos de sucesso. Esta autora responsabiliza, em grande parte, a Psicologia pela formulação dos discursos presentes na autoajuda. Segundo ela, os diferentes atores situados no campo da saúde mental passaram a atuar no mercado da autoajuda, com destaque para a Psicologia e a Psiquiatria, e tiveram papéis relevantes especialmente no manejo, controle e regulação de um ideal de saúde em incessante expansão. Importante acrescentar, no entanto, que a difusão da ideologia contida nos manuais de autoajuda tem início com a publicação da obra de Samuel Smiles, “*Self-help*” em 1859, apontado inclusive como criador do termo autoajuda.

Tucherman (2012) acredita que viver assumiu a lógica do *marketing* e isso fez surgirem estratégias que valorizassem o dito “capital humano”. A autora apresenta duas concepções de autoajuda:

1. O “*self*” é uma folha em branco, sendo assim, cada sujeito poderia escrever sua própria história, o que

aproxima a autoajuda de uma psicologia motivacional e explica a associação da autoajuda com biografias de homens e mulheres que teriam sabido construir suas vidas e fazer diferença;

2. Existiria uma alma imutável dentro dos sujeitos, onde há uma identificação primária, sendo então o autoconhecimento o caminho para a maturidade.

Rüdiger (1995) chama a atenção para a difusão implícita dos discursos da autoajuda através dos veículos de comunicação. Conforme ele, a cada dia os meios de comunicação de massa apresentam dicas de bem viver e o passo a passo para encontrar sucesso e felicidade. Desse modo, a difusão da autoajuda não se limita aos livros e na prática se estende a outros meios, como: vídeos, CD’s, programas de TV, rádio, revistas e palestras.

Augusti (2005), ao estudar a revista “*Veja*”, por exemplo, aponta que os valores predominantes em suas reportagens são: saúde, prazer, beleza e inteligência. Estes são relacionados a dois tipos motivacionais apontados por ele: a autorrealização (saúde e inteligência) e o hedonismo (prazer e beleza). Assim, as matérias jornalísticas reforçam a lógica do individualismo moderno, suscitam constantes decisões sobre o comportamento e são colocadas como representantes de um modo predominante e já legitimado de se comportar.

Diante da discussão sobre discursos e meios de propagação da autoajuda, analisamos a ocorrência de conteúdos narrativos, comumente vinculados às chamadas literaturas de autoajuda, na revista “*Veja*” - criada em 1968, publicada às quartas-feiras pela Editora Abril e que aborda temáticas diversas, de assuntos políticos aos do cotidiano. Selecionamos tal revista como unidade de análise devido à sua grande circulação, mesmo em tempos de acesso fácil à informação por meio da *internet*; e devido também à observação prévia da presença de temas corriqueiros à autoajuda nas revistas de informação.

Este trabalho objetiva, partindo da identificação dos principais temas que constam nos textos de autoajuda, observar a presença destes e a utilização das suas formas discursivas nas matérias jornalísticas da referida revista. Pretendemos também destacar o vínculo entre discurso de autoajuda e indústria cultural¹ e indicar como a proliferação dos discursos de autoajuda acaba por consolidar a visão de homem vinculada a valores como individualismo, sucesso, eficácia e objetividade. Além disso, destacaremos a relação entre racionalização dos afetos, razão instrumental e sistemas formais de conhecimento.

Fundamentação teórica

Inicialmente abordaremos o processo de transição do cultivo das virtudes ao desenvolvimento da personalidade² como pano de fundo para discutir o desenvolvimento da literatura de autoajuda. Em seguida discutiremos o processo de racionalização dos afetos, a partir da influência da razão instrumental e dos sistemas formais de conhecimento, num contexto de valorização da mensuração das emoções com o intuito de torná-las manipuláveis. E, por fim, destacaremos alguns fatores essenciais relacionados a esse debate, tais como a valorização das narrativas de sofrimento (Illouz, 2011).

Do cultivo das virtudes ao desenvolvimento da personalidade

Os filósofos da Antiguidade definiam caráter como o valor ético que atribuímos aos nossos próprios desejos e às nossas relações com os outros e este dependeria de nossas ligações com o mundo. Entretanto, no início de século XX, há uma mudança na caracterização do conceito de caráter (Rüdiger, 1995). E, em meados daquele mesmo século, começa a aparecer a necessidade urgente de formação da personalidade dos sujeitos (Sennett, 1999). Ademais, surge um novo estilo afetivo moderno que busca o desenvolvimento de uma personalidade reflexiva instruída a desenvolver habilidades de simpatia e empatia. Este estilo afetivo poderia ser descrito como técnicas científicas, interativas e linguísticas para apreender e gerir os sentimentos (Illouz, 2011).

A personalidade, enquanto desdobramento do caráter, passou a ser encarada como algo próprio e modificável através de práticas, que, por sua vez, têm por objetivo o desenvolvimento de um indivíduo competitivo e bem sucedido, mas sem que isso se vincule diretamente aos laços sociais que estabelece ao longo da vida, como no caso do caráter, e sim a traços psicológicos singulares (Sennett, 1999).

Essa transição ocorre num contexto em que se desenvolve a ideia de um autoaperfeiçoamento baseado nas virtudes do autocontrole, bastante adequada à mentalidade de uma sociedade de pequenos empreendedores, como a vivida por Samuel Smiles. Foi justamente durante o século XIX que Smiles (2012) fez a defesa de que a modelagem do caráter é feita a partir da dedicação individual. A individualidade é vista por ele não pela ação por conta própria, mas sim na ação individual visando cumprir deveres (Rüdiger, 1995).

A importância que o caráter possui na obra de Smiles (2012) elucida um momento histórico e destaca

as mudanças no que se vislumbra quanto ao papel dos sujeitos no que se refere ao seu destino. Todavia, com a mudança do foco no caráter para a personalidade - ou seja, com o deslocamento da ideia de cultivo de virtudes morais individuais para o desenvolvimento de qualidades da personalidade, o valor não está mais no aperfeiçoamento, que resultaria em sucesso pessoal e se reverteria em prosperidade para a comunidade, e sim, na competição entre os indivíduos, que necessita principalmente de aperfeiçoamento de habilidades pessoais a fim de vencer essas disputas, objetivando exclusivamente o triunfo pessoal (Rüdiger, 1995).

Importante acrescentar que o termo personalidade, antes empregado como correlato de qualidades particulares que permitiam distinguir os indivíduos moralmente, passa a ser utilizado, nessa nova fase, como algo que depende do desejo do indivíduo. Dessa maneira, a preocupação moral com a construção do caráter se perde e entra em cena a autossugestão (Rüdiger, 1995).

A racionalização dos afetos

Illouz (2011) defende a tese de que nos últimos cem anos se consolidou um novo estilo afetivo, articulado ao modo de produção capitalista. A ideia em questão é a de que, com o advento do capitalismo, configurou-se um cenário propício para a formação de uma nova cultura da afetividade. Essa nova forma implicaria a racionalização das relações íntimas, uma importante transformação cultural na conduta do Eu nos relacionamentos íntimos.

O modo objetivo e prático com que as relações afetivas começaram a ser pensadas está relacionado à cultura de racionalização das ações/emoções para a obtenção de melhores resultados. O manejo dos afetos nos relacionamentos passou a fazer parte da mediação de conflitos e esses novos modelos de afetividade, construídos sob a influência de psicólogos e consultores de administração e relações humanas, foram amplamente inseridos nos discursos da autoajuda. Dentre tais modelos, estão: os da responsabilidade individual pelas realizações pessoais; do otimismo; e do voluntarismo moral. Esses se tornaram conceitos centrais e alteraram de maneira sutil as formas e os modelos de sociabilidade no trabalho da classe média, além de redefinirem as fronteiras cognitivas e afetivas (Illouz, 2008; 2011).

Ao fazer a articulação entre autoajuda e racionalismo, Illouz (2011) defende que, sob a influência do entrelaçamento dos discursos e valores das esferas econômica e política, os relacionamentos adotaram um estilo racional e metódico. Assim, a

vida e os sentimentos se tornaram pretensamente mensuráveis e calculáveis, isto é, foram reduzidos à sua dimensão observável e manipulável, colocando, deste modo, em segundo plano, ou mesmo desconsiderando, o caráter fluido e não reflexivo da experiência afetiva/emocional. Tornando tal acontecimento calculável, surge a possibilidade, portanto, de classificar, organizar e padronizar os indivíduos, reduzindo cada vez mais suas diferenças para fins de previsibilidade e controle. A racionalização dos relacionamentos afetivos demonstra o processo de expansão dos sistemas formais de conhecimento, que levou a uma intelectualização da vida cotidiana e de seus laços íntimos.

Na base dos argumentos de Illouz (2008; 2011), podemos identificar a consideração da ideia de razão instrumental³, proposta por Adorno e Horkheimer (1985) em sua dialética do esclarecimento, e da formulação weberiana de desencantamento do mundo (Pierucci, 2003), ou seja, o processo de desmagificação do mundo a partir da prevalência da racionalidade científica. A razão instrumental se opõe à razão crítica, se relaciona a racionalidade técnica ou operacionalização da razão e se configura como meio de dominação e alienação na medida em que o conhecimento se torna parte de estratégias de poder que, por sua vez, promovem a coisificação do mundo e das relações, visando uma melhor exploração dos recursos naturais e humanos em prol dos detentores dos meios de exploração desses recursos.

A disseminação dos testes psicológicos, por exemplo, representa a busca pela mensuração se baseando em dados estatísticos para estabelecer relações entre os acontecimentos (Illouz, 2011). Tal fato também pode ser notado nos mais diversos testes publicados em revistas de grande circulação, tais como: “Você sabe se vestir bem?”, “Você sabe alcançar o que quer?”, “Qual a sua vocação profissional?”.

Ao aprofundar essa questão, Rudiger (1995) ressalta ainda ser possível ver na literatura de autoajuda uma série de termos emprestados da Psicologia e das Neurociências, sendo que recentemente a Neurologia e a Psiquiatria ganharam força e fundaram o que alguns pesquisadores contemporâneos chamaram de “sujeito cerebral”. De acordo com Ehrenberg (2004), do período que vai do fim do século XIX ao início do século XX, se estabelece uma separação, fundada sobre a clínica, entre o homem cerebral - “sujeito cerebral” - da neurologia e o homem falante - “sujeito falante” - da psicopatologia.

Esse processo deu voz aos discursos terapêuticos marcados pela utilização de termos emprestados das ciências com o objetivo de levar a um trabalho

pragmático em busca do “aperfeiçoamento” por parte dos indivíduos. Assim, há a colocação da saúde e da autorrealização no centro da narrativa do Eu e também a transformação de uma ampla variedade de comportamentos em sinais e sintomas (Illouz, 2011).

A narrativa do sofrimento

Com a responsabilização crescente do indivíduo por seu destino, sobretudo a partir da valorização da personalidade (Bosco, 2001; Rudiger, 1995) e da ideia de controle sobre si vinculada à racionalidade instrumental (Adorno & Horkheimer, 1985), este passa a ser cada vez mais o sujeito da transformação de si, ou seja, não se trata de narrar a aventura de outro, mas de narrar a própria aventura, inclusive nos seus aspectos mais dramáticos, pois, no contexto do que Illouz (2011) descreve como narrativas do sofrimento, os percalços enfrentados pelo indivíduo na busca por seus objetivos se tornam fundamentais na configuração da sua identidade. Assim, o que legitima a autoridade do autor de autoajuda é, ao lado do fato de ter vivido a experiência do sofrimento e da superação, o conhecimento objetivo dos fatos (Illouz, 2011).

Narrar a própria história ou a de outrem, com destaque para os indivíduos que servem como modelos de sucesso e que mudaram de vida segundo seu próprio esforço, é uma característica que vem desde os primórdios da autoajuda. Smiles (2012) já escrevia uma literatura de cunho popular, ancorada na moral, que valoriza o indivíduo e propõe uma mediação entre a formação do caráter e a revolução individualista moderna. A frase que inicia a sua obra é “O céu ajuda aqueles que ajudam a si mesmos”, o que deixa claro o quanto é valorizada a ideia da conduta do indivíduo como chave para a própria felicidade. Ele elenca diversas figuras de sucesso para servirem de exemplo por seu empenho individual e se coloca como mediador entre a experiência desses homens notáveis e seu leitor. Para tanto, conta as histórias de tais personagens narrando suas vidas com foco nos esforços de superação.

Para Illouz (2011), a narrativa terapêutica se refere, portanto, aos relatos das questões consideradas obstáculos para o sucesso e felicidade do indivíduo, além das revelações das ações empreendidas por este para a remoção dessas supostas barreiras. Esta estruturou a modalidade da fala através do estilo terapêutico de autoaprimoramento e criou nichos de mercado, espectadores simultaneamente definidos como pacientes em potencial e consumidores. Assim, a narrativa terapêutica transforma os sentimentos em objetos públicos, a serem expostos, discutidos e debatidos, e o sujeito passa a participar da esfera

pública através da interpretação e da exposição de sentimentos “privados”.

Metodologia

A análise qualitativa de conteúdo (Bardin, 1995; Moraes, 1999) foi utilizada neste estudo para abordar o teor manifesto na revista “*Veja*”, com base na observação da presença ou ausência do conteúdo relacionado à autoajuda. Reiteramos que a “*Veja*” foi escolhida por ser a revista semanal mais antiga do Brasil e, segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação), ter a preferência de 58% do mercado, com circulação de mais de um milhão de exemplares por edição. Sendo que, no mês de abril de 2012, a Editora Abril imprimiu 1.217.882 exemplares da referida revista (PUBLIA-bril, 2012).

O *corpus* deste trabalho foi estabelecido a partir das reportagens de capa da revista “*Veja*” disponibilizadas no site <http://Veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>. Para o estudo, foi feito o levantamento do material publicado entre o mês de junho de 2010 e junho de 2012, num total de 108 reportagens. Esta pesquisa se deteve nas reportagens de capa por serem

elas as de maior destaque em cada edição e que, por sua vez, servem de atrativo para o público.

O foco da presente pesquisa está voltado para as matérias que tratam de temas clássicos da autoajuda e foram selecionadas para a leitura as reportagens de capa referentes a esse abrangente universo, o que corresponde a 41 revistas, ou seja, 37,96% do total. O critério utilizado para a seleção dos temas de interesse nas reportagens de capa se baseou na revisão da literatura e, sobretudo, na observação dos principais temas dos livros de autoajuda:

1. Saúde e bem-estar;
2. Biografias e vidas exemplares;
3. Profissão e empregos - finanças;
4. Família e filhos;
5. Espiritualidade;
6. Emoções e vida afetiva;
7. Identidade, reconhecimento e grupos.

A leitura exploratória do referido material foi feita mediante observação da presença das categorias iniciais que constam na Tabela 1:

Tabela 1. Categorias iniciais utilizadas na pesquisa

Categoria	Posicionamento do leitor	Caracterização da categoria
A dificuldade	“O que me atrapalha?”	Apresentação do problema e/ou identificação da encrenca. Explicação da questão-problema a que o texto de autoajuda pretende se referir.
O depoimento	“Aconteceu comigo”	Declarações de sujeitos que vivenciaram a problemática que se pretende debater.
O diagnóstico	“Qual é o meu problema?”	Indicação do problema ou bloqueio na autorrealização. Objetiva que o sujeito reconheça a dificuldade e busque a reconfiguração de sua existência visando à obtenção de êxito.
Os conselhos	“Como enfrentar a dificuldade, sair da encrenca?”	Utilização de abordagens científicas já consagradas para esclarecer as problemáticas em destaque e apontar as soluções.
Os obstáculos	“Como devo agir?”	Utilização de fórmulas que pretendem desenvolver capacidades de desenvolvimento e superação.
Os exercícios	“O que devo fazer?”	Treinos para o aprimoramento do comportamento se relacionam a repetições de práticas consideradas mais eficazes.
O testemunho	“Como consegui resolver meu problema”	Narrativa em primeira pessoa que conta exemplos de superação.
Os números	“Apenas eu tenho esse problema?”	Utilização de dados numéricos para ilustrar as dimensões de determinadas questões.

À medida que o material coletado foi explorado, observamos se tais categorias eram mutuamente excludentes, válidas - suficientemente abrangentes - e homogêneas (Bardin, 1995; Moraes, 1999). Após essa pré-análise e em atenção ao princípio de que um mesmo dado não poderia ser incluído em mais de uma categoria, fizemos um reagrupamento progressivo e chegamos às seguintes categorias finais:

1. O diagnóstico: reconhecimento do problema

A autoajuda se centra numa perspectiva individualista (Rudiger, 1995) e pragmática, e segue a lógica da autorrealização, marcada pelo *discurso terapêutico*, sendo que este defende a ideia de que o sujeito traz em si a potência do desenvolvimento pleno e da felicidade, e que se não alcança tais alvos, é por conta de algum tipo de bloqueio (Illouz, 2011); assim, um elemento central de qualquer discurso de autoajuda deverá necessariamente ser a identificação de tal dificuldade ou encrenca.

Adorno (2008), ao analisar a coluna de astrologia do *Los Angeles Times*, já havia notado que o leitor é projetado como uma pessoa fraca e dependente e que o aconselhamento sempre recomenda alguma realização, sendo assim, o papel do colunista é levar seu leitor a agir como alguém forte. A ideia é que existe um problema/inimigo a ser combatido e/ou um traço de comportamento a ser modificado e esse combate deve ser travado pelo próprio sujeito.

2. Os dados quantitativos: a demonstração do problema

A estatística assume um lugar de destaque tanto nos discursos científicos contemporâneos, quanto nos textos de autoajuda que popularizam tais discursos, o que Illouz (2011) descreve, especificamente em relação à esfera afetiva, como esforço de comensurabilidade dos afetos. Dados numéricos são empregados de forma corriqueira para ilustrar as informações e, além disso, têm o intuito de convencer o leitor de forma objetiva e prática. Adorno e Horkheimer (1985) relacionam isso à razão instrumental, que inclui a objetivação do mundo mediante a quantificação.

3. O depoimento e/ou testemunho: o uso da primeira pessoa e a produção de uma narrativa de sofrimento

A narrativa de autoajuda coexiste com o relato do sofrimento, e este se tornou uma prática valorizada pelos manuais (Illouz, 2011). Assim, a literatura de autoajuda transforma as experiências de outrem – as narrativas do sofrimento - em mercadorias a serem consumidas pelos sujeitos através dos diferentes meios de comunicação que a reproduzem (Borba, 2010).

A narrativa do Eu se torna performativa, pois, além de ser narrado em primeira pessoa, é acompanhado do uso de tom coloquial, o que pode facilitar a identificação com o seu público, visto que toma forma de confissão e aproxima o leitor da experiência de modificação de si (Borba, 2010).

4. Os conselhos: como enfrentar a dificuldade e sair da encrenca

A narrativa do sofrimento, aliada aos modelos dos *how-to-do books*⁴ (Bosco, 2001) e à linguagem da administração, psicologia e da tecnologia, se articulam ao processo de racionalização dos afetos. Esse fato é justificado por Rudiger (1995) com base nas formulações propostas por Giddens (1991) a respeito da confiança dos indivíduos nos sistemas peritos. Conforme esse autor, o conhecimento dos peritos influencia muitos aspectos do que fazemos cotidianamente. Assim, ao estar em casa, estamos envolvidos numa série de tais sistemas, nos quais depositamos nossa confiança, por exemplo, confiamos que teremos iluminação em casa ao ligarmos o interruptor de energia.

Adorno (2008) afirma que o especialista é apresentado como alguém que, por meio da divisão universal do trabalho, adquiriu um conhecimento especial acerca de alguma coisa e, portanto, domina um saber específico, sendo a sua autoridade inquestionável. Para ele, os especialistas aparecem quando o autor precisa lidar com o conflito entre desejos e necessidades autoritários e irracionais dos leitores. O apelo constante à razão dos leitores revela que, neste caso, ser racional significa não questionar as condições irracionais, mas obedecer ao que lhe é prescrito, de modo a fazer o melhor possível com elas.

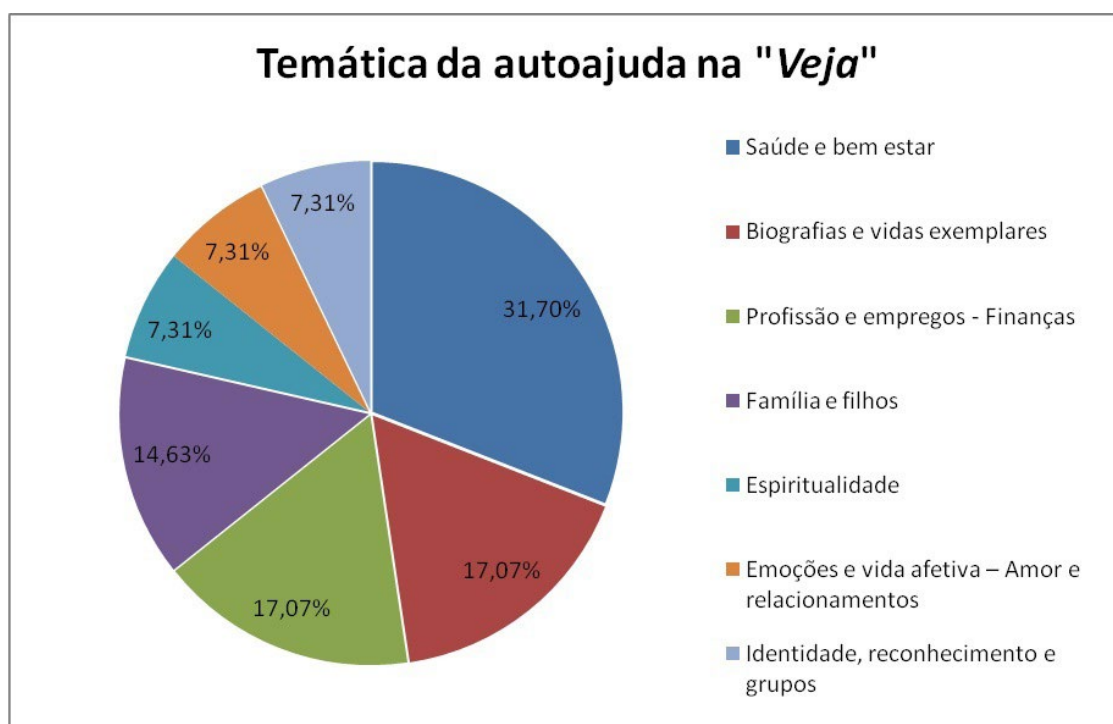
5. Os obstáculos: exercícios de aprimoramento

Os textos de autoajuda têm como objetivo a exposição de técnicas que devem ser aplicadas pelo leitor tanto sobre si quanto sobre os outros (Rudiger, 1995). Logo, a literatura de autoajuda pode ser articulada ao que Foucault (2004) descreve como dispositivos disciplinares, com os quais instâncias e agentes do poder utilizam o corpo, através da sua vigilância e adestramento, para garantir a obediência e disciplina dos indivíduos.

Resultados

As 41 (quarenta e uma) reportagens de capa com temas considerados próximos aos da autoajuda estão representadas no gráfico de acordo com a sua frequência nas edições analisadas.

Figura 1 – Os temas de autoajuda na “Veja”



Verificamos que, se pensarmos essas quantidades no sentido hierárquico e se partirmos da suposição de que estes temas correspondem aos principais anseios por respostas da população leitora da revista “*Veja*”, a grande preocupação de tais sujeitos seria o seu bem-estar físico, em seguida seu bem-estar financeiro, em terceiro lugar o destaque seria o bem-estar de sua família e, por último, questões relativas à sua espiritualidade, relações afetivas e sociais ou grupais.

Quanto aos conteúdos das reportagens, observamos as características textuais que regem as obras de autoajuda, e estas foram distribuídas em categorias formuladas na presente pesquisa e que regeram a leitura das reportagens de capa selecionadas. Para exibir os dados coletados, mencionaremos a seguir categorias propostas e explicadas mais detalhadamente acima, e as ilustraremos com citações extraídas das reportagens analisadas, para que possamos posteriormente interpretar os dados aqui destacados.

Categorias e citações

1. O diagnóstico: reconhecimento do problema

Os discursos de autoajuda buscam uma reconfiguração do sujeito e esta, por sua vez, tem como ponto inicial o reconhecimento de um problema que, para ser resolvido, necessita especialmente do esforço individual.

É comum que os pais ao notar que seus filhos estão acima do peso relevem o problema, baseado na crença de que, “quando crescer, ele emagrece” ou na equivocada convicção de que “criança gordinha é criança saudável”. Ocorre que, ao contrário do que esperam esses pais, as gordurinhas dos pequenos rechonchudos não vão desaparecer num passe de mágica (“A síndrome do fofão – Aja antes que os filhos completem 10 anos. Depois é quase impossível vencer a obesidade”, *Veja*, 30 de junho de 2010, p. 84).

Para a maioria a experiência detonou a autoestima e a capacidade de travar relacionamentos saudáveis. Algo que eles foram recuperando a custa de ajuda psicológica – e tempo. As más lembranças, no entanto, sempre afloram, em menor ou maior grau (“Abaixo à tirania dos valentões – Porque as escolas não podem mais fingir que o bullying é problema só dos alunos e seus pais”, *Veja*, 20 de abril de 2011, p. 91).

2. Os dados quantitativos: a demonstração do problema

Os números estão relacionados ao processo de objetivação do mundo pela via da quantificação (Adorno & Horkheimer, 1985) e ocupam lugar importante nos discursos de autoajuda, sendo sua face mais visível o valor que o cálculo estatístico assume hoje na ciência.

Uma pesquisa na região metropolitana de São Paulo encontrou 29,6% de pessoas com distúrbios psíqui-

cos. “Mas esse número precisa ser visto com cautela”, adverte a professora Laura Helena Andrade, coordenadora de epidemiologia do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas, em São Paulo. Os 29,6 % incluem dependentes químicos e portadores de fobias simples – medo de altura, de barata, de cobra. Num sinal de que os critérios precisam ser refinados, a Organização Mundial de Saúde ouviu 60.500 adultos em catorze países (o Brasil não foi incluído) e achou números dramáticos nos EUA (26,4%), na Ucrânia (20,5%), na França (18,4%) e na Colômbia (17,8%). (“O que é ser normal? - Conceito de saúde mental”, *Veja*, 23 de novembro de 2011, pp. 163-164)

Um estudo conduzido recentemente por cardiologistas da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, comprovou a diferença entre o impacto da gordura e o dos carboidratos simples nas artérias. A pesquisa, uma das principais referências na elaboração do novo documento da Sociedade Brasileira de Cardiologia, acompanhou por seis anos 309 mulheres entre 48 e 79 anos. Todas tinham o mesmo estilo de vida e apresentavam risco de aterosclerose. Com as voluntárias divididas em dois grupos, metade delas consumiu 5 % de gordura saturada acima do desejável, e o restante, 10% de carboidratos além do recomendado. Ao cabo da pesquisa, as mulheres do grupo da gordura apresentaram uma redução de quase 6% na progressão da aterosclerose. Entre as voluntárias do carboidrato, a obstrução aumentou em 2,8%. É uma reviravolta sem precedentes na ciência da nutrição, a favor da boa gordura. (“A redenção da gordura – Agora a ciência da nutrição diz que estes também são saudáveis”, *Veja*, 27 de junho de 2012, p. 100)

3. O depoimento e/ou testemunho: o uso da primeira pessoa e a produção de uma narrativa de sofrimento

O sujeito se torna ator da transformação de si, e, nesse processo, narrar a própria aventura ou sofrimento facilita a identificação do leitor (Illouz, 2011).

Fui a primeira em muitos dos postos de liderança que ocupei e, em algumas ocasiões, alguém pode ter questionado minha capacidade por não ser homem. Nessas horas, deixava meu desempenho falar por mim, e é isso que as mulheres precisam fazer, afirma. (“As lições das chefonas”, *Veja*, 02 de maio de 2012, p. 91).

Era a classe inteira contra mim. Contava os minutos para chegar em casa e ficar longe daquele lugar”, diz Guilherme, revolvendo as memórias. “Não há nada mais solitário que o bullying”. Um dia, o designer, que na época não falava aos pais nem à escola sobre o que se passava, decidiu fazer dieta e um intercâmbio na Inglaterra. “Fiz terapia e tive forças para me refazer, mas preferiria não ter de guardar esse tipo de lembrança. (“Abaixo à tirania dos valentões - Bullying”, *Veja*, 20 de abril de 2011, p. 93)

4. Os conselhos: como enfrentar a dificuldade e/ou sair da encrenca

Submetida à lógica dos sistemas peritos (Giddens, 1991), em especial ao modelo médico, a linguagem científica está presente nesses manuais e elenca para os seus leitores os meios considerados mais apropriados para enfrentar suas dificuldades.

Qual conselho a senhora daria a alguém que está prestes a dizer “sim”? Que tome a decisão com conhecimento de causa. Quando estava conduzindo as pesquisas para meu livro, eu me choquei ao notar que muitas mulheres só descobriram quem era de fato seu parceiro bem depois do casamento – o que pode prenunciar um desastre conjugal. Proponho uma regra básica a eles e elas: pesquisem tudo sobre o futuro parceiro e não tenham medo de submetê-lo a sabatinas antes de subir ao altar. Procurem saber como é sua relação com os pais, como foi o ambiente de sua criação e em que medida espera que o cônjuge espelhe a imagem que guarda disso. (“Casar faz bem – O casamento hoje dá mais trabalho, mas traz mais satisfação”, *Veja*, 25 de agosto de 2010, pp.100-101)

Como regra básica, especialistas recomendam que, antes dos 2 anos de idade, os pais não ofereçam nenhum tipo de guloseima aos filhos. Depois dessa fase, com o incremento das atividades sociais da criança e a sua entrada em outros ambientes, fica difícil proibir. ‘Mesmo porque a proibição pode dar origem a uma compulsão no futuro’, diz a nutricionista Priscila. Já o controle dos alimentos é possível e necessário. (“A síndrome do fofão - Aja antes que os filhos completem 10 anos. Depois é quase impossível vencer a obesidade”, *Veja*, 30 de junho de 2010, p. 89)

5. Os obstáculos: os exercícios de aprimoramento

Os dispositivos disciplinares (Foucault, 2004) são representados pelos exercícios, os quais visam ao aprimoramento e à transformação dos sujeitos para que se encaixem em padrões considerados mais adequados.

1. Não tenha medo de assumir riscos; 2. Não tente fazer tudo sozinho; 3. Inovação, sem gestão, não garante o sucesso; 4. Pesquise a fundo a concorrência; 5. Fique atento a novidades do mercado; 6. Não se prenda a uma única idéia; 7. Planeje para voar mais alto; 8. Trace metas e seja competitivo; (“As lições das vencedoras - Pequenas empresas”, *Veja*, 30 de novembro de 2011, pp. 123-128).

VEJA relata a aventura das criações de Jobs e como seu processo de trabalho pode fornecer ótimos atalhos para o cotidiano pessoal e profissional: 1. Faça aquilo de que você gosta – mesmo que no começo pareça que não vai dar certo; 2. Aprenda com os erros – e jamais pare de errar; 3. Trabalhe com equipes pequenas; 4.

Faça as perguntas certas – e pense diferente do que você pensa; 5. Criar uma cultura corporativa – mesmo na administração doméstica; 6. Simplifique – e diga não ao supérfluo; 7. Guarde segredos e os alimente; 8. Ouça os outros – mas não tenha medo de tomar decisões sozinho; 9. É sempre melhor pegar um caminho alternativo do que correr onde todos já estão; 10. Um pouco de auto-suficiência é bom – valorize sua própria marca. (“Steve Jobs”, *Veja*, 12 de outubro de 2011, pp. 97-104)

Vimos com os exemplos supracitados que, assim como nos textos de autoajuda, o reconhecimento de um problema aparece como passo essencial para a sua resolução. Contudo, para mostrar que determinado problema existe, se faz necessário evidenciá-lo com números, pois, no contemporâneo, a quantificação assume papel de protagonista até nos discursos de autoajuda. Dessa maneira, fica mais fácil convencer o leitor de que ele passa por um problema real e não é o único a enfrentá-lo. O passo a ser dado a seguir, sugerido em textos de autoajuda e na “*Veja*”, é saber o que outras pessoas fizeram diante de determinado problema, para tanto, são utilizadas as narrativas de sofrimento, ou seja, relatos das experiências de outrem, que aparecem para aproximar o leitor, facilitando sua identificação com aquela situação. Além dos referidos relatos pessoais, outra ferramenta fundamental é a abordagem do problema mediante as palavras de peritos no assunto, uma vez que ensejam a confiança do leitor por serem considerados confiáveis quando se trata de ensinar a ele o caminho para enfrentar suas dificuldades. Por fim, mais um item em comum, entre os manuais de autoajuda e as reportagens da “*Veja*”, é a insinuação de que, com exercícios de aprimoramento, o leitor pode se adestrar e garantir a disciplina necessária a superar tais situações-problema. Então, bastaria aprimorar as técnicas que lhe são apresentadas e isso se conseguiria justamente com treinamento e repetição.

Discussão

Diversos autores concordam que, aliados aos sistemas formais de conhecimento, os processos de individualização presentes no modo de produção capitalista proporcionaram o cenário propício para essa cultura de autoaprimoramento e objetivação das ações/emoções e, portanto, contribuíram para que a literatura de autoajuda se tornasse esse fenômeno editorial (Borba, 2010; Fonseca, 2009; Illouz, 2011; Rudiger, 1999; Tucherman, 2012).

As análises feitas neste estudo demonstram que, assim como os livros de autoajuda, a revista analisada procura apresentar explicações para as questões em

debate no contemporâneo e se utiliza de exemplos não fictícios, reconhecimento de emoções e ensinamentos de como gerenciá-las, ou seja, incorpora categorias basilares da literatura de autoajuda. Ficou evidente que os temas da literatura de autoajuda e sua maneira de envolver o leitor estão presentes nas reportagens de capa da revista “*Veja*” e, com isso, podemos afirmar que há uma ampliação do campo da autoajuda, através da sua incorporação por novos setores da indústria cultural.

Ao aparecer nas reportagens sob a forma de conteúdo jornalístico, pretensamente neutro e sem valor moral, os temas da autoajuda transmitem opinião onde se pretendia oferecer notícia, o que promove precisamente um destaque a juízos de valor nos meios de comunicação. Assim, a reportagem continua com conotação de notícia e, consequentemente, de verdade, apagando as diferenças entre informação, entretenimento e moral, o que confere significado político à informação veiculada.

Estão propagados nas reportagens da revista “*Veja*”, bem como na literatura de autoajuda, valores tidos como mais adequados a uma vida de sucesso, e estes aparecem como verdades aplicáveis a todos, independente dos contextos vividos pelos sujeitos. Assim, percebe-se, indo ao encontro do que Adorno e Horkheimer (1985) preceituam, que as necessidades dos indivíduos contemporâneos passam pelo filtro da indústria cultural de modo que os produtos dessa indústria acabam por organizar o modo como vemos o mundo.

As reportagens citadas neste estudo demonstram o nível de inserção que a revista “*Veja*” possui no cotidiano do seu leitor e evidenciam que mesmo temas considerados íntimos (criação dos filhos, escolha do cônjuge, maneira de se alimentar e de se comportar no trabalho e/ou diante dos desafios corriqueiros que surgem no decorrer da vida) aparecem como passíveis de seguir normas genéricas, o que contribui para a disseminação de modelos a serem copiados. Por meio de histórias de mulheres e homens bem sucedidos, são ensinadas fórmulas para alcançar o sucesso, o que remete a um processo de naturalização de práticas sociais difundidas como os únicos caminhos para a felicidade. Desse modo, os meios de comunicação propagam a todo o momento os modelos de sucesso que, segundo seu julgamento, merecem ser seguidos pelos indivíduos comuns que ambicionem conseguir destaque em algum, se não em todos os setores de sua vida.

Adorno e Horkheimer (1985) fazem uma crítica radical a tal modelo e afirmam que os produtos dessa indústria serão consumidos indiscriminadamente, de

forma que a imitação aparece nesse contexto como algo absoluto, gerando conformidade com o *status quo* e a perpetuação do sistema vigente. De acordo com eles, nesse mercado em que se forma o produto, não é levado em consideração quem consome e, sim, a indústria que o fabrica; a necessidade, que talvez pudesse escapar ao controle, é recalçada pela homogeneização da consciência individual. Assim, a sociedade torna-se alienada de si mesma, nela a necessidade substitui o desejo e o sujeito dependente prevalece sobre aquele capaz de decidir em função de desejos singulares.

Dessa forma, consideramos que os resultados da análise das reportagens de capa publicadas da revista “*Veja*” corroboram com a ideia apresentada inicialmente por este estudo, ou seja, os temas e conteúdos narrativos vinculados à autoajuda são utilizados pela referida revista e estão articulados à consolidação de uma visão específica de homem vinculada ao individualismo e objetividade. Entretanto, consideramos importante destacar a possibilidade de que outras perspectivas analíticas sejam utilizadas na investigação desse campo de estudos, a saber: a literatura de autoajuda, sua presença nos demais produtos da indústria cultural e seu impacto possível sobre os processos de subjetivação na contemporaneidade.

Um estudo com abordagem quantitativa do *corpus* aqui definido poderia ser útil para aprofundar a perspectiva apontada no presente estudo, e/ou trazer novas questões, sobretudo quanto à frequência das categorias analisadas e as relações que a partir daí possam ser estabelecidas entre elas. Igualmente, novos aspectos também podem ser visualizados a partir das análises quantitativas e qualitativas referentes à temática da autoajuda em outras revistas de grande circulação, tais como a “*Isto é*”, “*Época*” e “*Exame*”, por exemplo. Além disso, um estudo aprofundado da obra de Smiles, e a análise do perfil traçado por ele para os modelos de sucesso, também seria um ponto que poderia contribuir para o debate. Por fim, seria interessante considerar o impacto das categorias e formas discursivas que configuram o discurso de autoajuda no discurso de indivíduos ao descreverem sua relação consigo, com os outros e com o mundo à sua volta.

Notas

¹ Termo criado por Adorno e Horkheimer - Escola de Frankfurt - ao analisar a influência do modo de produção capitalista na produção da arte. Segundo os autores, toda produção artística e cultural é moldada pelos padrões comerciais e tendem à repetição e ausência de crítica. Segundo Duarte (2003), tal expressão propõe a ideia de que a cultura deixou de ser uma decorrência espontânea da condição humana, na

qual se expressam tradicionalmente, em termos estéticos, seus anseios e projeções, para se tornar mais um campo de exploração econômica, voltado para o lucro e adesão ao sistema capitalista por parte do público.

² Neste texto, estamos usando o termo “Personalidade” no sentido leigo, tal como aparece na literatura de autoajuda. Tal utilização mais uma vez confirma o empréstimo de termos da Psicologia por esta forma literária, não necessariamente em seu sentido acadêmico.

³ Termo utilizado por Adorno e Horkheimer para designar o oposto da razão crítica. Está relacionada aos processos racionais operacionalizados para determinado fim e que se abstém da reflexão. Trata-se de uma racionalidade que pondera, calcula e ajusta os meios a fins exteriores ao agente. Porém, para os referidos filósofos, a racionalidade instrumental não deve ser demonizada, e sim, freada. Para tanto, Habermas (Escola de Frankfurt) formulou a teoria da *racionalidade de dupla face*, em que a razão instrumental convive com outro tipo de racionalidade que ele denomina “comunicativa”. Essa ideia faz parte de sua “teoria da ação comunicativa” (Nobre, 2004).

⁴ Os “*how-to-do books*” foram publicações que continham um conjunto de prescrições técnicas para qualquer atividade cotidiana: dos passos para a construção de um bote até as técnicas para uma oração eficaz. Naquele momento a personalidade estava no centro da manipulação (Bosco, 2001).

Referências

- Adorno, T. (2008). *As estrelas descem à Terra: a coluna de astrologia do Los Angeles Times - um estudo sobre superstição secundária*. São Paulo: UNESP.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Augusti, A. R. (2005). *Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista Veja*. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Bardin, L. (1995). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Borba, J. M. P. (2010). A literatura de autoajuda financeira e o capitalismo de consumo [Trabalho completo]. In *V ENEC – Encontro Nacional de Estudos do Consumo / Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo* (pp. 1-15). Acesso em 23 de novembro, 2012, em http://estudosdoconsumo.com.br/wp-content/uploads/2010/09/2.3-Jean_Marlos_Pinheiro_Borba1.pdf
- Bosco, A. M. (2001). *Sucessos que não ocorrem por acaso: literaturas de autoajuda*. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP.
- Duarte, R. (2003). *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: UFMG.
- Ehrenberg, A. (2004). O sujeito cerebral. *Psicologia Clínica*, 21(1), 187-213.
- Fonseca, J. G. (2009). O cultivo de si e o individualismo. *Estudos e Pesquisas em Psicologia/UERJ*, 9(2). Acesso em 24 de março, 2013, em <http://www.revistspsi.uerj.br/v9n2/artigos/html/v9n2a05.html>
- Foucault, M. (2004). *Vigiar e punir*. Rio de Janeiro: Vozes.

- Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade* (R. Fiker, Trad.). São Paulo: UNESP.
- Illouz, E. (2008). *Saving the modern soul: therapy, emotions and the culture of self-help*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Illouz, E. (2011). *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Moraes, R. (1999). Análise de conteúdo. *Revista Educação*, 22(37), 7-32.
- Nobre, M. (2004). *A teoria crítica*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Pierucci, A. F. (2003). *O desencantamento do mundo: todos os passos de um conceito*. São Paulo: Editora 34.
- PUBLIAbril. (2012). Acesso em 08 de fevereiro, 2013, em <http://publicidade.abril.com.br/tabelas-gerais/revistas/circulacao-geral>
- Rudiger, F. (1995). *Literatura de autoajuda e individualismo*. Porto Alegre: UFRGS.
- Sennett, R. (1999). *O declínio do homem público: as tiranias da intimidade* (L. A. Watanabe, Trad.). São Paulo: Companhia das Letras.
- Smiles, S. (1859/2012). *Ajude-se: os grandes nomes do passado nos mostram exemplos de perseverança*. São Paulo: Rai. (Original publicado em 1859)
- Tucherman, I. (2012). Relações perigosas: Autoajuda, mídia e biopoder. *Revista Famecos: Mídia, cultura e tecnologia*, 19(2), 315-335. Acesso em 09 de novembro 09, 2012, em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/12316/8257>

Agradecimento

Às agências de fomento - Edital MCTI/CNPq/MEC/CAPES 07/2011. Processo 401985/2011-3.

Submissão em: 08/04/2014

Revisão em: 28/11/2014

Aceite em: 18/03/2015

Arci Gardênia Alves Santos é psicóloga, graduada em Psicologia pela Universidade Federal de Sergipe.

E-mail: arcigardenia13@gmail.com

Eduardo Leal Cunha é professor doutor do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Sergipe.

E-mail: dudalealc@uol.com.br