

SHEILA FERNANDES PIMENTA E OLIVEIRA

DISCURSO, GÊNERO E ARGUMENTAÇÃO NA AUTO-AJUDA DE SHINYASHIKI

Tese apresentada à *Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”*, câmpus de Araraquara, para obtenção do título de Doutora em Letras (Área de Concentração: Lingüística e Língua Portuguesa).

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Renata M. F. Coelho Marchezan.

**ARARAQUARA
2006**

SHEILA FERNANDES PIMENTA E OLIVEIRA

DISCURSO, GÊNERO E ARGUMENTAÇÃO NA AUTO-AJUDA DE SHINYASHIKI

Banca examinadora

Presidente: _____
Prof^a. Dr^a. Renata M. F. Coelho Marchezan
Instituição: Faculdade de Ciências e Letras – Unesp – Araraquara

Titular 1: _____
Nome:
Instituição:

Titular 2: _____
Nome:
Instituição:

Titular 3: _____
Nome:
Instituição:

Titular 4: _____
Nome:
Instituição:

Araraquara, ___/___/___

À Estela e ao Joel, pelo apoio e incentivo.
Aos meus pais, Fausto e Ruth, pelo
carinho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço:

a Deus, pela disposição, pela energia e pela proteção que me concedeu no desenvolvimento desta pesquisa;

à Prof^a. Dr^a. Renata M. F. Coelho Marchezan, minha orientadora, por acreditar no meu trabalho, demonstrar seriedade e competência na condução das orientações e ainda paciência para realizar as leituras do projeto, do relatório de qualificação e as várias versões desta tese;

aos professores Valdir Barzotto, Maria do Rosário e Renata Marchezan, durante o cumprimento dos créditos em disciplinas, pela preocupação com a divulgação das pesquisas mais recentes na área da Análise do Discurso;

aos professores Geraldo Tadeu e Luís Antônio, pelos comentários e avaliações dos textos apresentados nos Seminários de Pesquisa;

aos professores Arnaldo e Vanice, pela leitura criteriosa e pelas contribuições apresentadas durante o Exame de Qualificação;

às minhas amigas Ana Lúcia e Mônica, pela força, no exame de qualificação;

ao Prof. Dr. Jesus A. Durigan (in memoriam), meu amigo e meu incentivador, pelas longas lições recebidas sobre o formalismo russo;

aos meus amigos do Uni-FACEF e da Universidade de Franca, pela torcida;

ao amigo Prof. Fabiano, pelas cobranças diárias de encerramento desta tese;

à minha amiga Maria Flávia, pelo carinho e apoio na redação do *Abstract*,

ao Dr. Ronaldo, pelas conversas semanais;

ao *Uni-FACEF Centro Universitário de Franca*, pela ajuda de custos das viagens e estadas nos períodos de cumprimento de créditos em disciplinas e eventos e pelo apoio à formação docente;

à tia Shirley, minha companheira de viagem;

à minha amiga Alba, pela ajuda na formalização deste trabalho; e

à Rita Torres, da Secretaria de Pós-graduação desta IES, pela atenção, praticamente diária, dada à divulgação das informações do curso.

*Acabou vendo Joan Brossa
que os verbos do catalão
tinham coisas por detrás,
eram só palavras não.*

João Cabral de Melo Neto

RESUMO

OLIVEIRA, Sheila Fernandes Pimenta e. *Discurso, gênero e argumentação na auto-ajuda de Shinyashiki*. Araraquara 2006. 196 f. Tese (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras, Câmpus de Araraquara, Universidade Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2006.

O interesse pelo desenvolvimento desta pesquisa surgiu, inicialmente, de uma observação, em 2001, do material de leitura de estudantes de um curso de Administração, em uma faculdade na cidade de Franca – SP. De forma generalizada, os estudantes liam manuais de aconselhamento e livros de sucesso profissional com significativa frequência. Também a mídia impressa de massa divulgou reportagens sobre o tema auto-ajuda e o Vestibular da Unicamp, em anos anteriores a 2001, já havia apresentado como tema: “Saídas milagrosas para a crise: solução ou ilusão?”, compondo a coletânea de textos com discussões contrastantes sobre a auto-ajuda. A investigação inicia com a apresentação de comentários feitos pela mídia impressa de massa – revistas *Veja* e *Super Interessante* – e do discurso editorial impresso nas contracapas de livros de auto-ajuda, para examinar a imagem que é constituída sobre a auto-ajuda junto à sociedade. Ainda são discutidas três pesquisas acadêmicas e algumas críticas sobre o referido tema, como forma de estabelecimento de outras possibilidades de leitura sobre o discurso da auto-ajuda, além daquelas já realizadas. A reunião do material permitiu o estabelecimento dos objetivos, dos problemas, das hipóteses e do *corpus* da pesquisa. O objetivo é refletir, por meio de perspectivas discursivas e argumentativas, sobre o discurso, o gênero, o sujeito e a argumentação na auto-ajuda. Para tanto, são fundamentos teóricos os estudos sobre o dialogismo na linguagem, reunindo-se os preceitos do círculo bakhtiniano, e os preceitos da *Nova retórica* de Perelman e Tyteca (1996) que auxiliam no esclarecimento de algumas indagações: o que são o discurso e o sujeito da auto-ajuda? O que se pode afirmar sobre o gênero auto-ajuda? Quais os procedimentos de composição dos argumentos na auto-ajuda? O *corpus* constitui-se de cinco obras – *Sem medo de vencer* (1993), *Pais e filhos: companheiros de viagem* (1992), *O sucesso é ser feliz* (1997), *A carícia essencial* (1985) e *Poder da solução* (2003) - de Roberto Shinyashiki, por ser autor e palestrante reconhecido nacionalmente. As principais considerações apresentam, enquanto valores veiculados pela auto-ajuda, um discurso autoritário, constituído por múltiplas vozes apropriadas da ciência, da filosofia e da religião, que ajusta um sujeito a uma sociedade pós-moderna em que a racionalização dos sentimentos é enfocada e o instante é o tempo que o sujeito tem para se transformar e conseguir a felicidade plena, ouvidos os argumentos de superação da auto-ajuda.

Palavras-chave: dialogismo bakhtiniano; discurso e gênero; *Nova retórica*; argumentação; auto-ajuda; Roberto Shinyashiki.

ABSTRACT

OLIVEIRA, Sheila Fernandes Pimenta e. *Discourse, gender and argumentation in Roberto Shinyashiki's self-improvement*. Araraquara 2006. 196 f. Tese (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras, Câmpus de Araraquara, Universidade Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2006.

The interest for the development of this research raised, initially, from an observation, in 2001, of the reading material of students from an undergraduate course in Business Administration, in a university in the city of Franca – SP. Very often, these students used to read counseling manuals and books on professional success. Also the printed mass media published reports on the theme self-improvement and the Entrance exam of Unicamp, in years previous to 2001, had already presented as the composition theme: “Miraculous way-outs from the crisis: solution or illusion?”, composing the collection of texts with contrasting discussions about self-improvement. The investigation begins with the presentation of comments made by the printed media of mass – *Veja* and *Super Interessante* magazines – and of the editorial discourse printed in the inside covers of self-improvement books, in order to examine the image that is constituted about self-improvement in the society. Yet, three academic researches and some critics on the referred theme are discussed, as a means of establishing other reading possibilities about self-improvement discourse, besides those already accomplished. The gathering of the material allowed the establishment of the objectives, the problems, the hypotheses and of the research corpus. The objective is to think, through discursive and argumentative perspectives, about discourse, gender, subject and argumentation in self-improvement. For that, the theoretical foundations are the studies on the dialogism in the language, gathering the precepts of the bakhtinian circle, and the precepts of the *New rhetorics* of Perelman and Tyteca (1996) which help in the explanation of some inquiries: what are the discourse and the subject of self-improvement? What can be affirmed about the gender self-improvement? Which are the procedures of composition of the arguments in self-improvement? The corpus is constituted of five book – *No fear of winning* (1993), *Parents and children: trip companions* (1992), *The success is to be happy* (1997), *The essential caress* (1985) and *The power of solution* (2003) – by Roberto Shinyashiki, for being a nationally recognized author and lecturer. The main considerations present, as values transmitted by self-improvement, an authoritarian discourse, constituted by multiple voices appropriated from science, philosophy and religion, that adjusts a subject to a post-modern society in which the rationalization of the feelings is focused and the instant is the time that the subject has to transform and to achieve the full happiness, heard the overcoming arguments of self-improvement.

Keywords: bakhtinian dialogism, discourse and gender; *New rhetorics*; self-improvement; Roberto Shinyashiki.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 PROBLEMATIZAÇÃO DA PESQUISA	20
1.1 TEXTOS DE MÍDIA IMPRESSA DE MASSA QUE COMENTAM A AUTO-AJUDA	20
1.2 PESQUISAS ACADÊMICAS QUE INVESTIGARAM A AUTO-AJUDA	36
1.2.1 <i>Sucessos que não ocorrem por acaso: literaturas de auto-ajuda</i>	36
1.2.2 <i>O sucesso está em suas mãos: análise do discurso de auto-ajuda</i>	41
1.2.3 <i>Auto-ajuda e gestão de negócios: uma parceria de sucesso</i>	45
1.3 CRÍTICAS À LITERATURA E À SUBJETIVIDADE DA AUTO-AJUDA	48
1.4 ENTRE COMENTÁRIOS, INVESTIGAÇÕES E CRÍTICAS: POSSIBILIDADES DE OUTRAS LEITURAS DA AUTO-AJUDA	54
2 DISCURSO E SUJEITO	60
2.1 TEXTO, LÍNGUA E ENUNCIÇÃO: ENTENDENDO A CONSTITUIÇÃO DO DISCURSO E DO SUJEITO	60
2.2 ENTENDENDO A CONSTITUIÇÃO DO DISCURSO E DO SUJEITO NA AUTO-AJUDA	73
3 GÊNEROS DO DISCURSO	107
3.1 REFLEXÕES SOBRE OS GÊNEROS DO DISCURSO	108
3.2 O GÊNERO AUTO-AJUDA	117
4 ARGUMENTAÇÃO	139
4.1 SOBRE ARGUMENTAÇÃO E DISCURSO	139
4.2 ARGUMENTAÇÃO NO DISCURSO DA AUTO-AJUDA	148

4.1.1	Análise da argumentação no <i>corpus</i>	148
4.1.1.1	Raciocínios verossímeis	148
4.1.1.2	O orador, o auditório e os recursos discursivos da argumentação	152
4.1.1.3	Ligações de sucessão	160
	CONCLUSÃO	176
	REFERÊNCIAS	183
	ANEXO A	190

INTRODUÇÃO

Muitos motivos despertaram inquietude e necessidade de busca de respostas para questionamentos referentes à temática da auto-ajuda: prática pedagógica, divulgação maciça pela mídia impressa de massa, pesquisas acadêmicas, temas de vestibular. Para cada um dos motivos uma investigação, na tentativa de desvendar as razões que promovem e difundem o gênero da auto-ajuda, que pode ser observado, ao mesmo tempo, como leitura de grande parcela da população brasileira, mas também como objeto de reflexão, enquanto fenômeno, devido ao seu impacto neste último século.

Dessa forma, o objetivo desta pesquisa é refletir sobre a constituição do gênero auto-ajuda e a imagem de sujeito produzida pelo seu discurso, por meio de esclarecimentos sobre os procedimentos discursivos e argumentativos empregados por Roberto Shinyashiki, um dos autores representativos da auto-ajuda.

A reflexão teórica que permeia esse objetivo refere-se à constituição de discursos e de sujeitos, na perspectiva do círculo bakhtiniano que enfatiza o princípio dialógico da linguagem e a constituição dos gêneros discursivos. Também recorreremos à teoria da argumentação de Perelman e Tyteca, porque a leitura e a análise do *corpus* nos fez buscar maiores esclarecimentos sobre os processos persuasivos na constituição dos discursos.

Das indagações iniciais, surgem questionamentos mais específicos: o que se pode afirmar sobre o *gênero auto-ajuda*, numa perspectiva discursiva? Quais as interações estabelecidas entre os discursos da auto-ajuda e a sociedade

contemporânea? Quais as principais vozes que emergem da auto-ajuda? Como se processa a argumentação em textos de auto-ajuda? Quais as condições históricas e sociais que constituem os discursos contemporâneos e, dentre eles, o da auto-ajuda? Qual o significado de *sucesso* trazido pela auto-ajuda? Quem é o sujeito postulado da auto-ajuda?

Para responder a essas questões, partimos das hipóteses de que o discurso da auto-ajuda é constituído por argumentos baseados na estrutura do real, ou melhor, aqueles que "... valem-se dela (estrutura real) para estabelecer uma solidariedade entre os juízos admitidos e outros que se procura promover" e que "pareçam suficientemente garantidos para permitir o desenvolvimento da argumentação" (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 297). Dessa forma, não se trata de uma descrição objetiva do real, mas a maneira pela qual se apresentam as opiniões a ele concernentes, podendo estas ser tratadas como fatos, verdades ou presunções. Destacam-se, também, os argumentos que constituem o discurso de auto-ajuda como argumentos de direção e de superação. A divulgação da possibilidade de superação talvez seja a característica mais marcante do discurso de auto-ajuda e, conforme Perelman e Tyteca (1996, p. 328):

Pode-se [...] defender um comportamento que os ouvintes ficariam tentados a criticar, mas que será situado no prolongamento daquilo que eles aprovam ou admiram: por exemplo, o fanatismo nacionalista ou religioso aos olhos dos patriotas ou dos crentes. Pode-se, aliás, valer-se da superação para desvalorizar um estado, uma situação, com o qual um se poderia contentar, mas ao qual, presume-se, um estado mais favorável pode suceder.

Os estudos de argumentação ainda propiciam o exame da auto-ajuda, por meio de argumentos de autoridade, caracterizados como argumentos de prestígio, que utilizam atos ou pessoas como meio de prova a favor de uma tese.

São apresentadas pessoas ou profissionais bem-sucedidos como modelos de sucesso e os procedimentos descritos por essas pessoas, em livros de auto-ajuda, prometem, aos *fracassados*, uma chance de melhoria de vida.

Certamente, a significativa busca de textos de auto-ajuda reflete um momento histórico e social e, nesse sentido, os estudos do círculo bakhtiniano, no tocante à constituição e à multiplicidade dos discursos, fundamentam a discussão sobre a relação da vida cotidiana com a ideologia. Para Bakhtin/Volochinov (2002), qualquer enunciação se constitui pela *situação social mais imediata*, em que um locutor e um interlocutor estabelecem uma interação, num contexto concreto. No decorrer de toda a pesquisa, *discurso* é concebido como fruto do diálogo entre interlocutores, num determinado tempo e espaço, constituído, por isso, de forma concreta, em contexto histórico, cultural e social, sendo assim, ideológico. Decorrente da concepção, destaca-se a necessidade do *outro* e, conseqüentemente, as relações que unem locutor e interlocutor, por meio de um princípio dialógico, constituindo o *sujeito*¹.

Os estudos de Bakhtin também nos auxiliam na reflexão sobre os gêneros do discurso. Estes estão correlacionados com a constituição dos enunciados. Conforme o pensador, um enunciado é “um elo na cadeia da comunicação verbal” (1997, p. 308). Entendido dessa forma, um enunciado é a realização de um ato individual, por suas marcas de composição pertencerem a um locutor único, mas se constitui em aspecto social, por meio de um estilo geral em um processo de interação. Por isso, as *fronteiras* entre os enunciados são

¹ As concepções de *discurso* e *sujeito* estabelecidas, neste parágrafo, são retomadas no decorrer dos capítulos seguintes e permeiam toda a tese, mesmo no último capítulo quando se reflete sobre a argumentação, em que *discurso* é concebido como *ato*, em que não se concebe a constituição da linguagem, por meio da relação entre interioridade e exterioridade, conforme preceitos bakhtinianos.

determinadas pela alternância entre os sujeitos falantes. Isto significa que todo enunciado possui começo e fim. Um enunciado é encerrado para permitir uma resposta do interlocutor, o que é denominado por Bakhtin (1997) de “compreensão responsiva ativa do outro”. Assim, a reciprocidade se mostra como uma característica essencial dos enunciados, uma vez que eles só fazem sentido se houver uma *contrapalavra*, ou seja, uma palavra que os amplie, confirme ou refute. Os enunciados veiculam valores sociais, são, por isso, refrações, reflexos, ecos de outros enunciados. Uma discussão mais detalhada sobre a noção de enunciado, enunciação e gênero do discurso é estabelecida, a seguir, nos demais capítulos.

Neste contexto de pesquisa, impõe-se ainda o destaque da imagem de sujeito constituída pela auto-ajuda. Contemplamos a constituição do sujeito, em meio a um contexto social e ideológico, a partir dos discursos com os quais interage (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002). Dessa forma, o sujeito postulado do discurso da auto-ajuda representa alguns dos valores fundamentais da nossa sociedade, sobre os quais podemos direcionar nossos olhares.

Para Bakhtin/Volochinov (2002, p. 41):

[...] a palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político, etc. As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações em todos os domínios. É portanto claro que a palavra será sempre o *indicador* mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que apenas despontam, que ainda não tomaram forma, que ainda não abriram caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem formados.

Assim, através da centralidade das palavras, é possível observar a natureza do sujeito postulado pelos discursos da auto-ajuda e do grupo de temas a ele correspondentes.

Selecionamos, como *corpus* da pesquisa, parte da obra do já citado autor Roberto Shinyashiki, por ser um dos autores brasileiros responsáveis pela visibilidade do gênero no mercado editorial brasileiro, com a publicação de 11² livros, cujos títulos e enfoques apresentamos, a seguir:

- 1) *Você: a alma do negócio* – auto-ajuda com enfoque em negócios, contemplando a temática “carreira e sucesso”, cuja argumentação se faz em torno de questões que tratam do valor do dinheiro, da diferença entre ambição e ganância e de empreendedorismo. Trata-se de um texto argumentativo;
- 2) *Os donos do futuro* – auto-ajuda com enfoque em negócios, destacando a temática “sujeito e relação profissional”. É apresentado em forma de receitas de sucesso, calcadas em atitudes flexíveis de um sujeito diante de um cenário em mudanças em que a liderança lhe é exigida. Trata-se de um texto argumentativo;
- 3) *A revolução dos campeões* – auto-ajuda com enfoque em negócios, tratando exclusivamente do tema “aspectos profissionais”. O autor discute competência e realização profissional e também o lucro, o

² Em 2005, Roberto Shinyashiki lançou *Heróis de verdade* que não é contemplado, nesta pesquisa, por se encontrar em pré-lançamento quando da análise do *corpus* e não estar à disposição para venda.

crescimento pessoal e profissional envolvidos na questão. Trata-se de um texto argumentativo;

- 4) *Amar pode dar certo* – auto-ajuda com enfoque em relacionamentos amorosos. Por meio de um texto argumentativo, o autor prescreve receitas de possibilidades de entendimento entre homens e mulheres. Livro escrito em co-autoria com Eliana Dumê;
- 5) *Angel* – auto-ajuda com enfoque nas reflexões sobre a vida, especialmente quanto às realizações pessoais. Por meio de uma personagem o autor discute o amor, a política, a natureza, a miséria e o universo. Texto narrativo, ficcional;
- 6) *Mistérios do coração* – auto-ajuda com enfoque em relacionamentos amorosos, em que o autor prescreve receitas para homens e mulheres superarem as frustrações e os medos, buscando as conquistas e satisfazendo os desejos. Por meio da construção de personagens, o autor apresenta um texto narrativo, ficcional;
- 7) *O poder da solução* – auto-ajuda com enfoque nas reflexões sobre a vida, especialmente quanto às realizações pessoais, em que o sujeito se depara com problemas cotidianos. O autor contrapõe sonhos e problemas e apresenta algumas soluções que dizem garantir a felicidade do sujeito. Texto argumentativo;
- 8) *O sucesso é ser feliz* - auto-ajuda com enfoque nas reflexões sobre a vida, especialmente quanto às realizações pessoais. Há

destaque para o autoconhecimento para lidar com a variedade de experiências colocadas no dia-a-dia. Texto argumentativo;

- 9) *Sem medo de vencer* - auto-ajuda com enfoque nas reflexões sobre a vida, especialmente quanto às realizações pessoais. O autor trata do “sucesso no amor, na espiritualidade e no campo profissional” (SHINYASHIKI, 1993). Texto argumentativo;
- 10) *A carícia essencial* - auto-ajuda com enfoque nas reflexões sobre a vida, especialmente quanto às realizações pessoais, sendo exploradas as discussões sobre o afeto. Texto argumentativo. 1ª publicação do autor; e
- 11) *Pais e filhos: companheiros de viagem* - auto-ajuda com enfoque nas reflexões sobre a vida, especialmente quanto às realizações pessoais e o autoconhecimento, em que se exige do sujeito equilíbrio para lidar com os problemas do dia-a-dia. Texto argumentativo.

Dos 11 livros escritos pelo autor, selecionamos 5, a saber: *Sem medo de vencer* (1993), *Pais e filhos: companheiros de viagem* (1992), *O sucesso é ser feliz* (1997) e *A carícia essencial* (1985) e *O poder da solução* (2003). Os critérios de seleção das obras foram estabelecidos, a partir da organização discursiva argumentativa³; da autoria exclusiva de Shinyashiki; textos cuja temática de auto-

³ Na presente tese, entende-se por *texto argumentativo* aquele em que há o predomínio do aspecto temático em que tematizar um discurso significa formular valores de modo abstrato e organizá-los em percursos. “[...] os percursos são constituídos em recorrência de traços semânticos ou semas, concebidos abstratamente” (BARROS, 2002, p. 68). Sendo assim, no *texto argumentativo*, o tema está manifesto, diferentemente do *texto narrativo*, em que se conta uma história – ficcional - por meio de personagens, de um tempo e de um espaço através de figurativizações em que um sujeito parte

ajuda aborda o sujeito e a sua relação com a diversidade de situações cotidianas: familiares, profissionais, religiosas, médicas, excluindo-se as obras que tratam exclusivamente de um dos referidos temas; da contemporaneidade entre as obras, que surgem no apogeu da globalização, quando o sujeito deve se ajustar a uma nova ordem, no sentido de desenvolver novas competências e formas de interagir com o mundo e consigo mesmo (LYOTARD, 1998). Nesse sentido, excluímos as obras *Angel e Mistérios do coração*, por se tratarem de textos que contam histórias, apresentam personagens, em forma de narrações, constituídos por estruturas composicionais diferentes daquelas selecionadas para compor o *corpus*⁴. Também eliminamos *Você: a alma do negócio*, *Os donos do futuro* e *A revolução dos campeões*, pela restrição temática (negócios), discutida nas obras. Devido à co-autoria, o texto *Amar pode dar certo* também não foi considerado.

As discussões teóricas e as análises do *corpus* são apresentadas em quatro capítulos.

O capítulo primeiro detalha a problematização da pesquisa, em que é apresentado o discurso da mídia impressa de massa – revistas *Veja* e *Super Interessante* - e o discurso editorial; investigação que tem o propósito de verificar a imagem divulgada sobre a auto-ajuda e a constituição do sujeito contemporâneo que emerge nos referidos textos; esse material, no entanto, não é considerado fundamento teórico e tampouco *corpus* da pesquisa. Permite apenas mostrar como o discurso e o gênero da auto-ajuda são divulgados junto à sociedade. Também,

de um estado inicial, transforma-se e chega a um estado final. “Pelo procedimento de figurativização, figuras do conteúdo recobrem os percursos temáticos abstratos e atribuem-lhes traços de revestimento sensorial” (BARROS, 2002, p. 72).

⁴ Uma visão geral do *corpus*, no tocante à sua organização gráfica, é apresentada no Anexo A, por meio de um capítulo do livro: SHINYASHIKI, Roberto. *O sucesso é ser feliz*. 47. ed. São Paulo: Gente, 1997.

neste capítulo, refletimos sobre três pesquisas acadêmicas⁵ e sobre algumas críticas que tratam da auto-ajuda nos âmbitos histórico, sociológico e discursivo e cujos resultados subsidiam nossas investigações. Posteriormente às considerações realizadas, nesta etapa, apontamos uma outra possibilidade de leitura da constituição do discurso, do gênero e do sujeito da auto-ajuda.

O segundo capítulo expõe, inicialmente, as bases teóricas de nossa reflexão, que, como já adiantamos, caracterizam-se pelo princípio dialógico da linguagem. Em seguida, com fundamento nessa reflexão teórica, examina o discurso e o sujeito da auto-ajuda, por meio da análise do *corpus*.

O terceiro capítulo ocupa-se da reflexão sobre a composição dos gêneros do discurso, também em perspectiva bakhtiniana, e o significado deles para a análise de discursos contemporâneos, como o da auto-ajuda. O recorte teórico adotado é subsídio para o exame da constituição do gênero auto-ajuda que se faz por meio da análise do *corpus*.

No capítulo quarto, reflete-se sobre os processos argumentativos de constituição de um orador⁶ e de um discurso. São considerados os estudos sobre persuasão e convencimento, assim como técnicas argumentativas de composição de argumentos baseados na estrutura do real. Adota-se a perspectiva teórica de Perelman e Tyteca (1996) e as discussões que fazem sobre a *Nova Retórica*, pois emergiu do *corpus* – analisado no decorrer do capítulo - a necessidade de conhecer os recursos argumentativos empregados na constituição da auto-ajuda, para verificar as estratégias do orador junto a seu auditório.

⁵ Os critérios de seleção das pesquisas são esclarecidos oportunamente no capítulo primeiro.

⁶ Como o foco teórico desta tese é bakhtiniano, o *orador*, tratado no quarto capítulo, é considerado um sujeito histórico, social e ideológico, assim como as denominações leitor, autor, sujeito-leitor e sujeito-autor.

A pesquisa contempla, por meio das perspectivas teóricas já referidas, uma abordagem da constituição da sociedade e do sujeito contemporâneos, posto que, ao investigar o discurso, o gênero e a argumentação da auto-ajuda, em última instância, investigam-se também as relações e os valores sociais e sua concretização pelas vias discursivas.

1 PROBLEMATIZAÇÃO DA PESQUISA

Reunimos, neste capítulo, observações e discussões que nos permitiram recortar o objeto, construir o problema, propor algumas hipóteses e traçar objetivos da pesquisa.

Para tanto, sistematizamos sua apresentação em dois momentos. Primeiramente, tomamos, como objeto de reflexão, comentários veiculados, sobre auto-ajuda, na mídia impressa – revistas *Veja* e *Super Interessante* – e também pelo discurso editorial que vende os livros de auto-ajuda, através de capas, contracapas e páginas iniciais dos textos⁷. Em seguida, apresentamos, de forma breve, os resultados de três pesquisas acadêmicas recentes e de críticas, realizadas sobre o tema auto-ajuda.

1.1 TEXTOS DE MÍDIA IMPRESSA QUE COMENTAM A AUTO-AJUDA

O estudo da auto-ajuda como objeto de reflexão iniciou-se com uma inquietude em nossa prática pedagógica. Observamos o interesse de nossos alunos pelo gênero, em um curso de Administração de uma faculdade de Franca – SP. Notamos que as fichas de empréstimo dos livros pertencentes à biblioteca estavam totalmente preenchidas e, por ocasião de recesso escolar, em 2001, tivemos que entrar em uma fila de espera para conseguir um livro – auto-ajuda – que desejávamos acessar. Verificamos, ainda, que algumas das revistas

⁷ Os critérios de seleção dos comentários da mídia e também dos discursos editoriais são esclarecidos no item 1.1.

disponibilizadas, para os alunos, na biblioteca, dentre elas, a revista *Veja*, traziam listas dos livros mais lidos na época. Por isso, pesquisamos os comentários da *Veja* sobre a auto-ajuda, a fim de verificar qual a concepção sobre o gênero que estava sendo divulgada para os leitores. Além disso, na mesma ocasião, em 2001, a revista *Super Interessante* publicou, inclusive como matéria de capa, a reportagem *A vida segundo o Dalai*, que discutia a repercussão do livro *A arte da felicidade – um manual para a vida*, de autoria de Dalai Lama e Howard Cutler. O livro estava na lista dos mais vendidos há mais de 50 semanas.

A revista *Veja* publicava (e publica), semanalmente, os livros mais vendidos, na semana anterior, dividindo-os em três categorias: 1ª ficção; 2ª não-ficção; e 3ª auto-ajuda e esoterismo. São apontados os dez primeiros colocados em cada uma das categorias. Para cada livro, são apresentados os seguintes elementos: título, autor(es), a colocação de vendagem do livro na semana anterior e também há quantas semanas o livro aparece na lista dos mais vendidos (não necessariamente semanas consecutivas). A coleta de dados é realizada nas principais capitais do país: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Brasília, Maceió, Recife, Natal, Florianópolis, Goiânia, Fortaleza, Salvador, Curitiba e Belo Horizonte, em grandes livrarias.

O fato de ser aberta uma categoria para o gênero auto-ajuda mostra e também contribui para sua popularização, pois alardeia os títulos que são colocados no mercado.

Reunindo 8 publicações da revista *Veja*, do período de março a outubro de 2001⁸, para ilustrar os desdobramentos do gênero, e escolhendo a categoria que a revista classifica como auto-ajuda e esoterismo é possível apontar:

Quadro 1 - Livros mais vendidos na categoria auto-ajuda e esoterismo (março a outubro de 2001)

<i>Data da revista Veja</i>	<i>Colocação do livro na semana</i>	<i>Título do livro</i>	<i>Autor(es)</i>	<i>(Posição do livro na semana anterior - há quantas semanas o livro aparece na lista)</i>
28 março	1	A arte da felicidade - Um manual para a vida	Dalai Lama e Howard Cutler	(1-50)
18 abril	1	A arte da felicidade - Um manual para a vida	Dalai Lama e Howard Cutler	(1-53)
30 maio	1	A arte da felicidade - Um manual para a vida	Dalai Lama e Howard Cutler	(2-59)
6 junho	1	Um dia "Daqueles"	Bradley Trevor Greive	(2-9)
11 julho	1	Um dia "Daqueles"	Bradley Trevor Greive	(2-14)
8 agosto	1	Um dia "Daqueles"	Bradley Trevor Greive	(0-16)
5 setembro	1	Um dia "Daqueles"	Bradley Trevor Greive	(1-20)
10 outubro	1	A arte da felicidade - um manual para a vida	Dalai Lama e Howard Cutler	(6-76)
28 março	2	O caminho da tranqüilidade	Dalai Lama	(7-10)
18 abril	2	Um dia "Daqueles"	Bradley Trevor Greive	(82-2)
30 maio	2	Um dia "Daqueles"	Bradley Trevor Greive	(4-8)
6 junho	2	A arte da felicidade - Um manual para a vida	Dalai Lama e Howard Cutler	(1-60)
11 julho	2	Palavras de sabedoria	Dalai Lama	(0-9)
8 agosto	2	Palavras de sabedoria	Dalai Lama	(2-12)
5 setembro	2	Quem mexeu no meu queijo?	Spencer Johnson	(3-43)
10 outubro	2	Os 100 segredos das pessoas mais felizes	David Niven	(9-11)
28 março	3	Ninguém é de ninguém	Zíbia Gasparetto	(3-9)
18 abril	3	Ninguém é de ninguém	Zíbia Gasparetto	(5-12)
30 maio	3	Socorram-me dos meus parentes!	Luiz Marins	(1-3)
6 junho	3	A semente da vitória	Nuno Cobra	(0-1)
11 julho	3	Quem mexeu no meu queijo?	Spencer Johnson	(10-36)
8 agosto	3	As sete leis espirituais do sucesso	Deepak Chopra	(0-26)
5 setembro	3	A semente da vitória	Nuno Cobra	(2-14)
10 outubro	3	A semente da vitória	Nuno Cobra	(2-18)
28 março	4	Ah, se eu soubesse...	Richard Edler	(6-51)
18 abril	4	O livro da sabedoria	Dalai Lama	(3-12)
30 maio	4	A arte de lidar com a raiva	Dalai Lama	(5-2)

⁸ O critério para a seleção das revistas foi um exemplar por mês. Apesar da revista ser semanal, os números publicados sobre os livros mais vendidos são retomados a cada edição, o que não compromete os resultados da pesquisa.

6 junho	4	Quem mexeu no meu queijo?	Spencer Johnson	(7-33)
11 julho	4	A arte da felicidade - Um manual para a vida	Dalai Lama e Howard Cutler	(1-65)
8 agosto	4	Quem mexeu no meu queijo?	Spencer Johnson	(1-39)
5 setembro	4	Os 100 segredos das pessoas felizes	David Niven	(4-7)
10 outubro	4	Ah, se eu soubesse...	Richard Edler	(8-65)
28 março	5	Enquanto o amor não vem	Yyanla Vanzant	(10-42)
18 abril	5	Limites sem trauma	Tânia Zagury	(6-14)
30 maio	5	O livro da sabedoria	Dalai Lama	(0-15)
6 junho	5	Palavras de sabedoria	Dalai Lama	(6-5)
11 julho	5	Ninguém é de ninguém	Zíbia Gasparetto	(8-23)
8 agosto	5	Ninguém é de ninguém	Zíbia Gasparetto	(4-27)
5 setembro	5	Palavras de sabedoria	Dalai Lama	(6-16)
10 outubro	5	Ninguém é de ninguém	Zíbia Gasparetto	(10-35)
28 março	6	Uma ética para o novo milênio	Dalai Lama	(0-23)
18 abril	6	Quem mexeu no meu queijo?	Spencer Johnson	(4-26)
30 maio	6	Palavras de sabedoria	Dalai Lama	(0-4)
6 junho	6	Ninguém é de ninguém	Zíbia Gasparetto	(0-18)
11 julho	6	A semente da vitória	Nuno Cobra	(3-6)
8 agosto	6	Os 100 segredos das pessoas felizes	David Niven	(5-3)
5 setembro	6	A arte da felicidade - um manual para a vida	Dalai Lama e Howard Cutler	(5-72)
10 outubro	6	Homens são de Marte, mulheres são de Vênus	John Gray	(4-22)
28 março	7	O outro lado da vida	Sylvia Browne	(8-11)
18 abril	7	O caminho da tranquilidade	Dalai Lama	(7-13)
30 maio	7	Quem mexeu no meu queijo?	Spencer Johnson	(8-32)
6 junho	7	Limites sem trauma	Tânia Zagury	(0-20)
11 julho	7	Limites sem trauma	Tânia Zagury	(0-22)
8 agosto	7	A semente da vitória	Nuno Cobra	(6-10)
5 setembro	7	Ninguém é de ninguém	Zíbia Gasparetto	(7-31)
10 outubro	7	Decifrar pessoas	Jô-Ellan Dimitrius	(0-25)
28 março	8	Pílulas para viver melhor	Fernando A. Lucchese	(9-9)
18 abril	8	Decifrar pessoas	Jo-Ellan Dimitrius	(0-17)
30 maio	8	Ah, se eu soubesse...	Richard Edler	(0-56)
6 junho	8	Ah, se eu soubesse...	Richard Edler	(8-57)
11 julho	8	Decifrar pessoas	Jô-Ellan Dimitrius	(0-21)
8 agosto	8	Limites sem trauma	Tânia Zagury	(0-25)
5 setembro	8	Homens são de Marte, Mulheres são de Vênus	John Gray	(9-19)
10 outubro	8	Limites sem traumas	Tânia Zagury	(0-30)
28 março	9	Limites sem trauma	Tânia Zagury	(5-11)
18 abril	9	Ah, se eu soubesse...	Richard Edler	(8-54)
30 maio	9	Enquanto o amor não vem	Iyanla Vanzant	(0-47)
6 junho	9	Histórias para aquecer o coração	Jack Canfield, Heather McNamara e	(0-1)

			Mark Victor Hansen	
11 julho	9	Ah, se eu soubesse... Brasil	Richard Edler	(0-1)
8 agosto	9	Ah, se eu soubesse...	Richard Edler	(0-63)
5 setembro	9	Investimentos - Como administrar melhor seu dinheiro	Mauro Halfeld	(8-2)
10 outubro	9	Pelo amor ou pela dor...	Richy Medeiros	(0-1)
28 março	10	Meus anos com a General Motors	Alfred Sloan Jr	(0-1)
18 abril	10	A auto-estima do seu filho	Dorothy Corkille Briggs	(10-2)
30 maio	10	O caminho da tranquilidade	Dalai Lama	(7-18)
6 junho	10	Decifrar pessoas	Jô-Ellan Dimitrius	(0-20)
11 julho	10	Homens são de Marte, mulheres são de Vênus	John Gray	(0-12)
8 agosto	10	Silvia Poppovic e você	Silvia Poppovic	(0-20)
5 setembro	10	Limites sem trauma	Tânia Zagury	(0-28)
10 outubro	10	Histórias para aquecer o coração	Jack Canfield, Heather McNamara e Mark Victor Hansen	(0-7)

A análise que elaboramos a partir da leitura do quadro anterior permite estabelecer algumas convergências entre autores e obras. A maioria dos livros permanece durante várias semanas na lista dos mais vendidos. Aparecem autores tanto nacionais quanto estrangeiros. Os títulos dos livros apresentam jogos de palavras, que remetem à felicidade, ao sucesso, à sabedoria, ao conhecimento de si e dos outros, à vitória, à ética, e, principalmente, a receitas e a procedimentos que podem até ser quantificados: *Os 100 segredos...*, *As sete leis espirituais...* A categoria *auto-ajuda* é sucesso editorial, se observada a divulgação da mídia impressa de massa, o que, de início, suscita questionamentos acerca de quem é o público a que ela se destina, também como o *gênero* se constitui e, igualmente, como constitui seu leitor, e que espécie de cenário sócio-econômico-cultural permite o seu desempenho de vendas.

Sobre os dois títulos e seus respectivos autores apontados na 1ª colocação durante o período pesquisado, encontramos, na crítica da mídia escrita, comentários como:

Sobre *A arte da felicidade - um manual para a vida*:

Os discursos do Dalai originaram mais de 200 livros - 20 deles traduzidos para o português. No Brasil, seus livros venderam 500 000 exemplares. *A arte da felicidade - um manual para a vida*, editado pela Martins Fontes, cuja seqüência o Dalai está escrevendo neste momento em parceria com o psiquiatra americano Howard Cuttler, aparece há quase 70 semanas na lista dos mais vendidos da revista *Veja*. Afinal, o que faz do Dalai Lama um sucesso crescente entre cientistas, escritores e, sobretudo, entre o público médio?

A primeira resposta está no fato de que a maioria das sociedades ocidentais está vivendo um processo de mudança antropológica: de uma cultura mais materialista, imediatista e individualista para uma outra mais espiritualizada, mais holística, mais solidária. Isso explica em parte a evidência que o Dalai Lama e suas idéias vêm ganhando no Ocidente nos últimos tempos. A segunda parte tem a ver com o teor mesmo da sua mensagem e pode ser resumida em duas palavras: simplicidade e lógica (GIMENEZ, 2001, p. 48-49).

O comentário anterior é uma apreciação da mídia sobre obras que são classificadas como auto-ajuda e permite discutir a popularidade do *gênero* devido ao enfoque dado aos vultosos números apresentados em relação: à quantidade de livros baseados no discurso do Dalai; à quantidade de exemplares vendidos; ao número de traduções; ao número de semanas em que o livro se encontra na lista dos mais vendidos. A divulgação e a conseqüente popularidade se respaldam em números que constituem argumentos de autoridade e credibilidade na venda do discurso de Dalai Lama, publicado em forma de livros.

Diante dos números apresentados, Gimenez (2001) questiona o fenômeno e arrisca duas respostas que se complementam. Inicialmente, a autora traz, à discussão, argumentos sobre as sociedades ocidentais pós-contemporâneas, deixando subtendidas críticas ao materialismo e ao processo de individualização da sociedade, para enfatizar a coletividade e a espiritualidade, temas recorrentes na obra de Dalai Lama e da cultura da Índia. Num segundo momento, a autora trata da

simplicidade e da lógica do discurso do Dalai, referindo-se à ausência de obstáculos para a leitura e também à coerência de raciocínio apresentados no texto. Enfim, as respostas arriscadas pela articulista resumem-se em argumentos generalistas, que reduzem as discussões antropológicas, mas que facilitam o entendimento do *público médio*⁹, receptor do comentário da mídia e do discurso da auto-ajuda.

Ainda, o comentário que aprecia a auto-ajuda parece ter sido envolvido por ela, pois não apresenta dados significativos para afirmar, por exemplo, as modificações por que passa a sociedade contemporânea “[...] cultura mais materialista, imediatista e individualista para outra mais espiritualizada, mais holística, mais solidária”. O recurso de omissão de fontes e o emprego de argumentos mais populares e acessíveis que possuem uma sustentação mais efetiva são recorrentes na auto-ajuda, como se pode observar nas páginas seguintes desta tese.

Os comentários da mídia também aludem o aspecto mercantil do discurso da auto-ajuda, estabelecendo um diálogo com o referido público-alvo. Bakhtin (1997, p. 298), discutindo a constituição de uma obra e o diálogo que seu autor estabelece com o mundo, afirma que:

A obra, assim como a réplica do diálogo, visa a resposta do outro (dos outros), uma compreensão responsiva ativa, e para tanto adota todas as espécies de formas: busca exercer uma influência didática sobre o leitor, convencê-lo, suscitar sua apreciação crítica, influir sobre êmulos e continuadores, etc. A obra predetermina as posições responsivas do outro nas complexas condições da comunicação verbal numa dada esfera cultural.

⁹ Público médio, na presente tese, refere-se a um sujeito social, de uma sociedade pós-moderna, capitalista, constituído em meio a um discurso de massa, sem distinção de gênero e de religião. Outras discussões sobre a constituição do sujeito são desenvolvidas no decorrer da pesquisa.

O caráter didático do texto de auto-ajuda parece ter surtido efeito no comentário da mídia. É como se esta estivesse proferindo uma resposta de concordância à obra lida. O argumento essencial que caracteriza o *gênero*, construído com a apropriação de discursos religiosos, científicos, econômicos etc, aparece implícito no comentário da mídia.

Sobre o 2º título mais vendido, *Um dia "Daqueles"*, a mídia divulga:

O livro traz fotografias em preto-e-branco de bichos com expressões engraçadinhas, para tentar convencer o leitor de que ficar triste ou chateado não está com nada. O truque é explorar a empatia despertada pela meiguice animal e associá-la aos humores humanos (...) O texto se resume às legendas das fotos, que não ocupam mais do que duas linhas por página. É o livro ideal para quem não gosta de ler - e talvez seja uma das razões de seu sucesso no Brasil... Em todo caso, seu conteúdo é mais consistente do que a maioria dos livros de auto-ajuda (VEJA, 2/5/2001, p. 141-142).

O discurso da mídia sobre o *gênero* apresenta uma imagem de sujeito e das condições sociais e históricas da sociedade brasileira contemporânea. A mídia, através do texto de auto-ajuda, pressupõe um sujeito apegado a imagens e que rejeita, de certa forma, a linguagem verbal. No discurso da mídia, entendemos também a referência feita, de forma sub-reptícia, à constituição dos argumentos do autor de auto-ajuda, ou seja, imagens persuasivas que seduzem o leitor. A mídia emprega o termo *truque* para comentar a constituição do discurso da auto-ajuda, considerando-o ardiloso, estratégico e sutil.

Notam-se ironias no decorrer do comentário da mídia. Primeiramente, o uso do diminutivo em *bichos com expressões engraçadinhas*, que remete a um discurso empregado para lidar com crianças, porque o uso do grau normal do adjetivo provocaria um efeito de sentido indesejado. Em: *é o livro ideal para quem*

não gosta de ler – e talvez seja uma das razões de seu sucesso no Brasil..., a apreciação da mídia constitui, pelo menos, duas ironias: o brasileiro não gosta de ler e o leitor deste tipo de texto é preguiçoso.

A conclusão do comentário da mídia é uma crítica explícita aos livros de auto-ajuda, porque existe a afirmativa de que os textos de auto-ajuda com mais ilustrações são melhores que os livros que apelam ao aspecto verbal.

O tratamento que a mídia dá à auto-ajuda passa pelo estilo do sujeito-autor da apreciação. Entretanto, há convergências nos seguintes aspectos: alguns a consideram fenômeno – enfatizando questões numéricas; outros dizem que é incontestável o sucesso da auto-ajuda no Brasil. Todos afirmam que o conteúdo dos textos da auto-ajuda é simples, lógico, pouco consistente, portanto, de fácil assimilação. Por isso, o público-alvo da auto-ajuda, na perspectiva da mídia, é o médio; é o leitor que prefere contemplar ilustrações, em detrimento dos textos mais verbais. O leitor pressuposto quer humanizar-se mais, além de ser mais feliz e ter sucesso, por isso a mídia faz investimentos na área.

A mídia define um gênero chamado *auto-ajuda e esoterismo*. Entretanto, não esclarece os critérios de sua constituição. Além disso, populariza os textos, divulgando, com frequência, os novos textos colocados no mercado, com argumentos calcados em números. O gênero, na mídia, reúne textos de autores nacionais e estrangeiros e que tratam desde manuais de etiquetas, manuais de motivação e saúde até textos que se apropriam de discursos religiosos. São divulgados textos que permanecem durante várias semanas na lista dos mais vendidos, apresentando, dessa forma, uma repetição que pode levar o leitor a

pensar que o texto divulgado é muito bom e que, nesse sentido, é necessário adquiri-lo e lê-lo.

Paralelamente às informações coletadas na mídia, foi realizada uma pesquisa a fim de complementar as discussões sobre a divulgação da auto-ajuda, selecionando, aleatoriamente, em uma biblioteca de uma faculdade de Franca, 20 livros, alocados na área de Psicologia e classificados como auto-ajuda (**ver** Quadro 2, a seguir, que resume a pesquisa realizada).

Quadro 2 - Autores e livros de auto-ajuda: aspectos gerais

Autor	Formação do autor	Título do livro	Palavras-chave	Editora / Ano de publicação	Trecho do anverso ou apresentação do livro
Roberto Shinyanshi ki	<ul style="list-style-type: none"> - Médico psiquiatra com especialização em Administração de Empresas (MBA-USP) - Diretor-presidente do Instituto Gente - Conferencista e coordenador de seminários internacionais 	O sucesso é ser feliz	<ul style="list-style-type: none"> - autoconhecimento - Conduta de vida - O eu - A felicidade - Meditação - Psicologia aplicada 	Editora Gente 47ª edição 1997	"Leia este livro enquanto é tempo. Existem muitos tesouros não explorados em sua vida. Afinal, a felicidade também é lucro."
Roberto Shinyanshi ki	<ul style="list-style-type: none"> - Médico psiquiatra com especialização em Administração de Empresas (MBA-USP) - Diretor-presidente do Instituto Gente - Conferencista e coordenador de seminários internacionais 	Os donos do futuro	<ul style="list-style-type: none"> - Equipe de trabalho - Felicidade - Psicologia aplicada - Qualidade de vida - Relações interpessoais - Sucesso 	Editora Gente 17ª edição 2000	"Roberto Shinyanshi irá mostrar-lhe como fazer parte desse grupo de pessoas, convidando-o a realizar seus sonhos e ao mesmo tempo em que compartilha a felicidade com as pessoas queridas."
Lair Ribeiro	<ul style="list-style-type: none"> - Médico radicado nos EUA - Graduado em neurolingüística - Membro das Sociedades Americanas de programação Neurolingüística e Treinamento de Pessoal 	Prosperidade: fazendo amizade com o dinheiro	<ul style="list-style-type: none"> - Sucesso - Riqueza 	Objetiva 35ª edição 1992	"... é uma história de grande sabedoria, que cativa e surpreende a cada instante, revelando, de forma simples, objetiva e divertida, como Você consegue incorporar na sua estrutura psicológica a consciência da Prosperidade, tornando-se rico e feliz."
Lair Ribeiro	<ul style="list-style-type: none"> - Médico radicado nos EUA - Graduado em neurolingüística - Membro das Sociedades Americanas de programação Neurolingüística e Treinamento de Pessoal 	Auto-estima: aprendendo a gostar mais de você	Não há	Objetiva 2ª edição	"A medida que você for praticando os exercícios deste livro e refletindo sobre os conceitos apresentados pelo Dr. Lair Ribeiro, poderá ocorrer uma decisiva transformação em sua auto-imagem, com grandes repercussões em sua vida pessoal e profissional."
Lair Ribeiro	<ul style="list-style-type: none"> - Médico radicado nos EUA - Graduado em neurolingüística - Membro das Sociedades Americanas de programação Neurolingüística e Treinamento de Pessoal 	O sucesso não ocorre por acaso: simples mas não é fácil	<ul style="list-style-type: none"> - Sucesso - Autorealização 	Objetiva 83ª edição e revista ampliada 1993	"Com base na Programação Neurolingüística e na 'Ciência do Sucesso', este livro ensina a aumentar sua capacidade cerebral de alcançar o que você realmente deseja na vida."
Dalai Lama	<ul style="list-style-type: none"> - Líder espiritual e temporal do povo tibetano 	Uma ética para o novo milênio	<ul style="list-style-type: none"> - Ética - Ética budista 	Sextante 6ª edição 2000	"Quanto mais coisas vejo no mundo, mais claro fica para mim que, sejamos ricos ou pobres, instruídos ou não, todos desejamos ser felizes e evitar os sofrimentos."

						<p>.....</p> <p>Ao pregar uma revolução espiritual, estaria eu afinal defendendo uma solução religiosa para os nossos problemas? Não. Cheguei à conclusão de que não importa muito se uma pessoa tem ou não uma crença religiosa. Muito mais importante é que seja uma boa pessoa."</p> <p>"Acredito que o objetivo da nossa vida seja a busca da felicidade. Isto está claro. Quer se acredite em religião ou não, quer se acredite nesta religião ou naquela, todos nós buscamos algo melhor na vida. Portanto, acho que a motivação da nossa vida é a felicidade."</p> <p>"Este livro traz a experiência de homens de negócios de diversas áreas, sintetizada por eles mesmos com brilhantismo. Não é a laranja. É a vitamina C. Certamente a maioria desses homens gastou milhões de dólares de suas empresas para vivenciar cada uma dessas experiências, agora reunidas em poucos parágrafos e que você pode comprar por alguns reais."</p>
Dalai Lama (1) e Howard Cuttler (2)	<ul style="list-style-type: none"> (1) Líder espiritual e temporal do povo tibetano (2) Diplomado pela American Board of Psychiatry and Neurology. Médico psiquiatra em Phoenix. 	<p>A arte da felicidade: um manual para a vida.</p> <p>Ah, se eu soubesse...: o que as pessoas bem-sucedidas gostariam de ter sabido 25 anos atrás</p>	<ul style="list-style-type: none"> Budismo: doutrinas Felicidade Aspectos religiosos Vida religiosa: budismo <p>Não há</p>	<p>Martins Fontes</p> <p>1ª edição: 10ª tiragem 2000</p> <p>Negócio Editora</p> <p>15ª edição 1995</p>	<p>Record</p> <p>1ª edição 1978</p> <p>Alegro</p> <p>2ª edição 1999</p> <p>Rocco</p> <p>1ª edição 1998</p>	<p>"O livro determina a maneira como você pode agir diante de qualquer situação potencialmente manipulativa, para desenvolver em toda a sua plenitude as suas inatas aptidões mentais, emotivas, físicas e sociais."</p> <p>"Você conhece as dez leis da Vida? 1. Ou você é bem-sucedido ou não. Estratégia: Torne-se um daqueles que são bem-sucedidos."</p> <p>"Ele (o autor) relaciona três principais tipos de sugestão: <i>paixão</i> (o que sentimos por nós mesmos e por pessoas próximas), <i>lucro</i> (como ser influente e persuasivo no campo profissional) e <i>poder</i> (auto-realização e mudança nos objetivos de vida)."</p>
Wayne W. Dyer	<ul style="list-style-type: none"> Terapeuta Ex-professor da Escola de Pós-graduação em Psicologia da Universidade John Hopkins Autor 	<p>Não se deixe manipular pelos outros: técnicas dinâmicas para vencer na vida por suas próprias forças</p> <p>Estratégias de vida: fazendo o que dá certo - fazendo o que importa</p> <p>Paixão, lucro e poder: reprograma sua mente subconsciente para criar os relacionamentos s, riquezas e</p>	<p>Não há</p>	<p>Record</p> <p>1ª edição 1978</p> <p>Alegro</p> <p>2ª edição 1999</p> <p>Rocco</p> <p>1ª edição 1998</p>	<p>"O livro determina a maneira como você pode agir diante de qualquer situação potencialmente manipulativa, para desenvolver em toda a sua plenitude as suas inatas aptidões mentais, emotivas, físicas e sociais."</p> <p>"Você conhece as dez leis da Vida? 1. Ou você é bem-sucedido ou não. Estratégia: Torne-se um daqueles que são bem-sucedidos."</p> <p>"Ele (o autor) relaciona três principais tipos de sugestão: <i>paixão</i> (o que sentimos por nós mesmos e por pessoas próximas), <i>lucro</i> (como ser influente e persuasivo no campo profissional) e <i>poder</i> (auto-realização e mudança nos objetivos de vida)."</p>	
Phillip C. McGraw	<ul style="list-style-type: none"> Psicólogo Trabalhou nas áreas de desempenho humano e planejamento estratégico Consultor de questões litigiosas Membro da equipe do programa "Mude sua vida" 	<p>Estratégias de vida: fazendo o que dá certo - fazendo o que importa</p> <p>Paixão, lucro e poder: reprograma sua mente subconsciente para criar os relacionamentos s, riquezas e</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mudança Sucesso Aspectos psicológicos 	<p>Alegro</p> <p>2ª edição 1999</p> <p>Rocco</p> <p>1ª edição 1998</p>	<p>"Você conhece as dez leis da Vida? 1. Ou você é bem-sucedido ou não. Estratégia: Torne-se um daqueles que são bem-sucedidos."</p> <p>"Ele (o autor) relaciona três principais tipos de sugestão: <i>paixão</i> (o que sentimos por nós mesmos e por pessoas próximas), <i>lucro</i> (como ser influente e persuasivo no campo profissional) e <i>poder</i> (auto-realização e mudança nos objetivos de vida)."</p>	
Marshall Sylver	<ul style="list-style-type: none"> Consultor e especialista em hipnose e desenvolvimento pessoal, motivação e vendas 	<p>Paixão, lucro e poder: reprograma sua mente subconsciente para criar os relacionamentos s, riquezas e</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sucesso Auto-realização Relações humanas 	<p>Rocco</p> <p>1ª edição 1998</p>	<p>"Ele (o autor) relaciona três principais tipos de sugestão: <i>paixão</i> (o que sentimos por nós mesmos e por pessoas próximas), <i>lucro</i> (como ser influente e persuasivo no campo profissional) e <i>poder</i> (auto-realização e mudança nos objetivos de vida)."</p>	

Samuel A. Cypert	- Diretor de comunicações da Masco Corporation e ex-diretor de comunicações da KPMG americana	<i>Como se fortalecer com o poder da auto-estima</i>	- Auto-avaliação - Sucesso - Aspectos psicológicos - Sucesso nos negócios	Editora Campus 1ª reimpressão 1994	"Repleto de conselhos sábios, 'Como fortalecer com o poder da auto-estima' ensina como assumir os riscos adequados e aprender com o fracasso, lidar com a adversidade e construir importantes relacionamentos baseados na confiança e escolher mentores e modelos."
Marco Aurélio Ferreira Vianna	- Consultor em desenvolvimento de pessoas e organizações - Estrategista - Conselheiro - Professor - Pesquisador - Conferencista - Escritor	<i>O melhor ano da vida: a vida como exercício da melhora contínua</i>	- Auto-realização - Conduta de vida - Envelhecimento - aspectos psicológicos - Motivação - Mudanças de vida	Editora Gente 2ª edição 1996	"É também uma reflexão, no plano filosófico, sobre o <i>timing</i> da vida e a influência da programação cerebral positiva no triunfo dessas pessoas, indicando ao leitor os caminhos para uma visão otimista do processo evolutivo da vida."
Napoleon Hill	- Deão do Departamento de Filosofia Industrial da Universidade Internacional do Pacífico, Los Angeles, California	<i>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</i>	- Auto-realização - Conduta de vida	José Olympio 20ª edição 2000	"Trata-se pois de começar um curso de leitura e instrumentação, que, deveria, com justiça, intitular-se 'As mágicas leis do triunfo'. Todo aquele que tiver uma parcela de ambição, por menor que seja, não poderá deixar de modificar-se, percorrendo as lições desse curso. E modificar-se para melhor. Ninguém termina a leitura dessas páginas sem encontrar uma nova orientação, uma compreensão mais segura do que pode realizar, e que, entretanto, não lhe pareceria possível."
Roger Dawson	- Conferencista - Escritor - Detentor de 2 títulos da National Speakers Association	<i>13 segredos para o sucesso profissional</i>	- Auto-ajuda - Performance - Sucesso	Futura 1ª edição 1998	"... os profissionais bem-sucedidos descobriram e adotaram 13 segredos específicos que ajudam a acumular riqueza e conquistar a fama."
Jim Hayhurst	- Executivo do grupo Hayhurst (agências de publicidade) - Conferencista	<i>A montanha certa: lições do Everest sobre o verdadeiro significado do sucesso</i>	- Motivação - Sucesso - Everest, Monte - Alpinismo	Editora Campus 1ª edição 1997	"Um livro que primeiro conquista o coração, depois seduz a mente. As lições são acessíveis, e não se apagam facilmente... Se há um monte Everest que você ainda não escalou em sua vida, eu lhe recomendo este livro. Primeiro ele o ajudará a descobrir se você está sobre a montanha certa, depois o guiará até o topo."
Og Mandino	- Escritor - Conferencista - Ex- presidente da revista <i>Success</i>	<i>O maior sucesso do mundo</i>	Não há	Record 3ª edição 1981	"Todos aqueles que desejam o verdadeiro sucesso devem ler esta obra-prima."

Alan Loy McGinnis	<p><i>Unlimited</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Co-diretor do Centro de Aconselhamento Valley - Califórnia - Autor 	<p><i>Como despertar o melhor das pessoas: e de ajudar os outros a ter sucesso</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Motivação - Psicologia aplicada 	Sinodal 2ª edição 1993	"Existem métodos e princípios de inspiração que foram usados em todas as épocas da história da humanidade por pais, educadores, empresários, políticos, desportistas, líderes religiosos, inclusive Jesus Cristo. Este livro constitui a síntese da pesquisa de Alan Loy McGinnis sobre estes métodos e princípios de inspiração, com exemplos de como pessoas têm sido inspiradas a desenvolver seus dons e superar seus limites."
Barry Eigen	<ul style="list-style-type: none"> - Sócio de uma empresa de Marketing - Consultor para o medical College de Wisconsin e para o Departamento de Saúde e Ação Social - Co-fundador de uma empresa de equipamentos médicos 	<p><i>Pense como patrão: descubra a chave para o sucesso profissional</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Administração - Capacidade executiva - Sucesso em negócios 	Saraiva 1ª edição 1992	"O segredo da promoção consiste na habilidade do empregado em tornar a vida do chefe mais fácil: encontrar meios de controlar os custos, apontar os problemas e encontrar soluções, em vez de depender dos superiores para resolver as dificuldades."
David Harold Fink	<ul style="list-style-type: none"> - Médico neuropsiquiatra - Professor de Sociologia 	<p><i>Para nervosos e angustiados: um guia médico</i></p>	Não há	Editora Científica Sem edição e sem data	"Pessoas me perguntam o que devem fazer para compreender melhor a si mesmos. O que significa a palavra 'discernimento'? Como poderão edificar a confiança em si mesmos? Que poderão fazer para tornar suas vidas mais interessantes e satisfatórias? Que poderão fazer para desfazer-se de aborrecimentos? Como poderão atrair e manter amizade com as pessoas que mais lhes agradam? Como poderão melhorar seu nível intelectual? Qual a melhor maneira de usar o cérebro num sentido criador?..."

Foram pesquisados 3 autores nacionais e 17 estrangeiros. Os autores são, na maioria, médicos psiquiatras, psicólogos, terapeutas, profissionais da área de comunicação e marketing, conferencistas, estrategistas, consultores, líderes espirituais - alguns deles acumulam duas ou mais funções dessas elencadas - lugares sociais reconhecidos que inspiram credibilidade junto ao público leitor.

Os títulos dos livros remetem ao sucesso e à prosperidade, compostos por palavras e/ou expressões de otimismo, com o seguinte campo lexical: sucesso, prosperidade, auto-estima, felicidade, bem-sucedido, paixão, poder, riqueza, bem-estar, triunfo. Também aparecem, com frequência, fórmulas de como ser feliz e ter sucesso, como em: 13 segredos para o sucesso, lições do Everest sobre a verdade, curso prático em 16 lições, fazendo o que dá certo – fazendo o que importa etc. A seleção lexical que compõe os títulos parte dos valores contemplados pelo referido público da auto-ajuda, dada a necessidade imediata e prática de solução de problemas cotidianos.

Da mesma forma, as palavras-chave, retiradas das fichas catalográficas dos textos pesquisados, repetem as expressões: felicidade, sucesso, auto-realização, psicologia aplicada, conduta de vida, negócios, motivação, capacidade executiva.

É possível observar, além disso, que as edições dos livros, principalmente dos autores nacionais são elevadas, destacando-se o livro: *O sucesso não ocorre por acaso: é simples, mas não é fácil* de Lair Ribeiro - 83ª edição (revista e ampliada) de 1993.

Os trechos selecionados dos anversos das capas e/ou das apresentações são discursos editoriais que divulgam o discurso do sucesso. Há a

premissa de que os leitores são fracassados, infelizes e não atingiram o sucesso pessoal e profissional e as obras por eles divulgadas apresentam um discurso messiânico capaz de inverter essa situação, apresentando modos de fazer, agir, proceder, apropriar-se de exemplos de pessoas bem-sucedidas, parecendo evidente que o sucesso é constituído a partir de um discurso que garante a felicidade, o topo, o ápice. O campo lexical dos trechos remete a aspectos como transformação, mudança, realização, capacidade, desejo de ser e de ter, revolução, descoberta, edificação etc.

O discurso editorial, nos livros de auto-ajuda, divulga a promessa de transformação de um estado de não ser/não ter para o seu oposto, o ser/o ter, atuando como uma ponte, que conduz da infelicidade à felicidade, do fracasso ao sucesso.

Quanto aos títulos dos textos de auto-ajuda, por um lado, remetem a aspectos positivos, cuja produção se faz por meio de jogos de palavras, trocadilhos, frases feitas, formas que remetem à ação. Nas capas, o número das edições tem destaque. É um argumento em que a autoridade é a quantidade, o poder de venda. Por outro lado, os discursos editoriais da contracapa são críticas compostas por argumentos persuasivos (que tentam seduzir) e também convincentes (emprego de argumentos que se apropriam de discursos científicos, filosóficos e religiosos). A argumentação correlaciona a situação atual do sujeito, que é sempre de fracasso, e a possibilidade de reversão, de felicidade, por meio de dicas e conselhos veiculados nos textos.

Nas contracapas dos livros de auto-ajuda, os textos não são assinados. Trata-se de uma característica da auto-ajuda a argumentação sem a identificação da

fonte. O discurso da contracapa se caracteriza, ainda, por empregar técnicas persuasivas próprias do discurso publicitário, divulgando os livros de auto-ajuda, por meio das vantagens que proporcionam.

1.2 PESQUISAS ACADÊMICAS QUE INVESTIGARAM A AUTO-AJUDA

O intuito de apresentar as discussões realizadas nas três pesquisas acadêmicas¹⁰ seguintes deve-se ao fato da necessidade de não posicionar nosso estudo como concorrente ou como síntese do que já foi dito, mas de defini-lo e inscrevê-lo no domínio de estudos brasileiros já realizados.

1.2.1 *Sucessos que não ocorrem por acaso: literaturas de auto-ajuda*

A pesquisa de mestrado realizada por Ângelo Marcos Bosco (2001), na área de Sociologia, orientada pelo Prof. Dr. Renato José Pinto Ortiz, na Universidade Estadual de Campinas, aborda a constituição da subjetividade, no âmbito da sociedade contemporânea., recortando, como *corpus*, os autores Roberto Shinyashiki e Lauro Trevisan¹¹.

¹⁰ A seleção das três pesquisas obedeceu a dois critérios: a) à área de conhecimento em que as pesquisas se inserem - Sociologia e Estudos de Linguagem - que correspondem diretamente à discussão que estabelecemos, trazendo contribuições para a elaboração desta tese; b) às datas de publicação, pois se tratam de trabalhos sobre o tema auto-ajuda que foram desenvolvidos recentemente.

¹¹ As obras analisadas por Bosco (2001) são: de Roberto Shinyashiki – *A carícia essencial, Sem medo de vencer, A revolução dos campeões e Mistérios do coração*; e de Lauro Trevisan: *Você tem o poder de alcançar riquezas; O poder infinito de sua mente; Exploda a crise e faça sucesso e Pode quem pensa que pode*.

O pesquisador faz uma retrospectiva histórica da auto-ajuda. Trata da origem, discutindo os principais pressupostos do inglês Smiles¹², o criador da expressão “auto-ajuda”, que defendia, com mais ênfase, o esforço físico e moral, em detrimento da mobilidade social. Bosco (2001) afirma que o primeiro deslocamento da temática da auto-ajuda ocorreu, na América do Norte, devido à articulação de princípios morais e religiosos com princípios pecuniários. O fato muda o tom da auto-ajuda de origem inglesa, porque deixa de pregar somente um crescimento moral para tratar, também, da ascensão financeira. É preciso, a partir de então, ter um “bom caráter”, para atingir uma “salvação econômica”. A consciência do indivíduo vai se constituindo do seu interior para o exterior que se mostra impessoal. Justifica-se a riqueza do homem pela aprovação divina, devida ao bom caráter.

Ao final do século XIX e início do século XX, há outro deslocamento na auto-ajuda: um esmorecimento do cultivo da moral e um enfoque ao cultivo das habilidades pessoais, numa perspectiva mais terapêutica:

O movimento americano do Novo Pensamento sintetiza as novas tendências da literatura do sucesso. Associando a religiosidade, a psicologia e ciências naturais (magnetismo), no Novo Pensamento apresenta a idéia básica do poder da mente como uma emanção do Divino e, desta forma, apto a prover o indivíduo em seus desejos de sucesso ou saúde. Abre-se a possibilidade da realização do eu através do desenvolvimento pessoal, ligado a um eu superior místico e religioso, mas diminuindo a importância de uma ordem moral superior (BOSCO, 2001, p. 11).

Ao indivíduo, diante das grandes corporações, numa sociedade de massa, é exigida auto-confiança, força de vontade e energia, como características da personalidade. Para que isso ocorra, são necessárias técnicas, possíveis graças

¹² SMILES, S. *Ajuda-te* (self-help). Rio de Janeiro/Paris: Garnier. (Publicação original 1859).

às novas ciências das relações humanas e da comunicação. Surge a idéia do individualismo em competição, e também a correta administração do eu, a integração pessoal, o indivíduo socialmente ajustado. Bosco (2001) discute a produção de Normam Vincent Peale, que afirma que a adequação pessoal se deve a técnicas médicas, psicológicas, espirituais ou às três. Após a década de 50, a auto-ajuda aponta uma mudança temática – não deixando de contemplar os mitos anteriores -, salientando uma individualidade radicalizada, que promove uma crítica à sociedade técnica e burocrática, baseada na produção incessante de mercadorias. O eu - nessa sociedade moderna em que se prioriza o consumo - é elevado à categoria de narciso, que busca, incessantemente, satisfazer seus próprios interesses. Deve-se levar em conta, ainda, a constituição de uma nova racionalidade.

O pesquisador também discute a composição do mercado editorial da auto-ajuda, principalmente a partir da década de 90. Comenta que a literatura ganha o status de *best-seller*, sendo divulgada por periódicos da imprensa em listas de livros mais vendidos. Trata, ainda, da falta de norteamento que envolve o sujeito contemporâneo que busca, por conseguinte, a auto-ajuda como saída para sua desorientação, numa sociedade de massa. Os textos de auto-ajuda são caracterizados por sua produção calcada no senso comum, nas frases feitas, nas soluções imediatas, nos segmentos rápidos e simplificados. Por isso, Bosco (2001, p. 26-27) afirma que, na auto-ajuda, pode-se verificar “seu caráter de literatura para o consumo na qual pode ser observada uma tendência de substituição do velho por aquilo que aparenta novidade”. A afirmação do pesquisador conduz aos preceitos da indústria cultural, ou seja, uma literatura feita para ser divulgada como mercadoria.

Bosco (2001) afirma que a dinâmica das editoras, principalmente das de pequeno e médio porte, faz-se pela movimentação em nichos de mercado com público segmentado. Apela para as temáticas que garantem o crescimento pessoal e para o crescimento humano, respaldadas pelos meios de comunicação de massa. Ressalta que as editoras tendem a satisfazer os anseios triviais do público que, a partir da década de 70, passa a ter um acesso maior à educação. Numa parceria entre o estado e o mercado editorial, este se beneficia, uma vez que aquele necessita de uma infra-estrutura para o desenvolvimento de programas de alfabetização, produção de livros didáticos e cumprimento de acordos internacionais, por meio da difusão de livros. Na década de 80, o foco se volta para o esoterismo e, nas décadas seguintes, as editoras desenvolvem estratégias de comercialização, sempre atentas ao crescimento da atividade. Ainda, nesse período, a auto-ajuda se volta para o aspecto profissional de produção do livro; há uma preocupação com o padrão de qualidade do material impresso colocado no mercado. As contribuições do pesquisador mostram-se por meio da evolução do gênero e dos diálogos estabelecidos entre os valores sociais e os aspectos econômicos das editoras.

Em relação ao leitor, Bosco (2001) afirma que a lista dos livros mais vendidos orienta sua escolha. Na década de 90, sobressai a idéia de que o indivíduo bem-sucedido tem informação, obtida por meio de leitura. Nesse sentido, surge a leitura como elemento utilitário, mas com informação rápida, superficial e de aplicação imediata, alicerçada pelo conhecimento que seus autores têm do respectivo público-alvo.

O pesquisador afirma que o esoterismo é uma das formas de auto-ajuda, e os centros esotéricos (casas e lojas de I Ching, Yoga, Do-in e afins) são

empreendimentos de cunho empresarial. Trata das obras de Huberto Rohden e de José de Vasconcelos, conhecidos escritores de auto-ajuda. Também toma como objeto de estudo os autores Roberto Shinyashiki e Lauro Trevisan. Sobre o primeiro, Bosco (2001) diz que a temática da administração popular perpassa seus textos e que o tempo presente opõe-se radicalmente ao tempo anterior. Para o autor, Shinyashiki também aborda o trabalho como um instrumento de competição na sociedade, sugerindo a articulação entre a ética e o sucesso pessoal. Entretanto, o que move seu texto é a busca por um objetivo que satisfaz o indivíduo, sendo essa busca sempre articulada com uma ordem racional das organizações e, em seguida, pela busca de uma espiritualidade transcendente. Sobre Lauro Trevisan, Bosco (2001) afirma que se trata de um herdeiro do Novo Pensamento, em que o poder da mente ganha destaque e também a religião tem primazia em suas justificativas. Considerando um ambiente desequilibrado, sua obra destaca a necessidade da mudança interior para o sucesso profissional e material, trazendo à tona uma lista de qualidades de sucesso, dentre estas: convicção, determinação, sinceridade etc. Bosco (2001) afirma que a obra de Shinyashiki está vinculada a uma racionalidade da esfera econômica e a de Trevisan, a tendências mais religiosas.

As considerações finais do pesquisador retomam a constituição da subjetividade, na auto-ajuda, por meio da realização pessoal a ser atingida em meio aos distúrbios sociais coletivos. Conhecendo este fato, o mercado editorial cuida dos sistemas abstratos da sociedade, divulgando uma noção de individualidade sujeita a um tratamento terapêutico.

Bosco (2001) discute a composição dos textos de auto-ajuda, investigando os diversos deslocamentos ocorridos nos séculos XIX e XX. Não é

objetivo do seu trabalho tratar do discurso e do gênero auto-ajuda, no entanto, o autor abre caminhos para que sejam investigados. Quanto ao discurso, nesta tese, possibilita a ampliação do estudo no tocante à manifestação das diversas áreas do conhecimento, que vão dando corpo à auto-ajuda. E, quanto ao gênero, a abordagem histórica feita pelo autor, traça um passado e um presente da auto-ajuda, leva a refletir sobre a significância do tempo e do espaço na constituição temática, do estilo e da estrutura composicional do referido gênero.

Também, ao discutir a auto-ajuda como literatura de consumo, feita para ser divulgada como mercadoria, Bosco (2001) faz esclarecimentos sobre a sociedade e o sujeito contemporâneos, em perspectivas histórica e sociológica, afirmando que as realizações pessoais devem ser atingidas em meio a “distúrbios sociais coletivos”. A investigação sociológica sobre o sujeito, realizada pelo autor, vislumbra a possibilidade de estudos na esfera lingüística, por exemplo, numa perspectiva dialógica, de cunho bakhtiniano, se considerado o sujeito constituído por valores sociais, estudos que são realizados no decorrer desta tese.

As possibilidades de investigação decorrentes da pesquisa de Bosco (2001) são confirmadas pela leitura do *corpus* selecionado – parte da obra de Roberto Shinyashiki – e apresentadas no decorrer das discussões seguintes.

1.2.2 *O sucesso está em suas mãos: análise do discurso de auto-ajuda*

A pesquisa de doutorado realizada por Ana Flora Brunelli (2004), na área de Lingüística, orientada pelo Prof. Dr. Sírio Possenti, na Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, trata a auto-ajuda sob o ponto de vista do interdiscurso, tal

como proposto por Maingueneau (1983; 1984). O *corpus* é constituído por nove livros de auto-ajuda¹³ escritos em língua portuguesa, editados ou reeditados após 1990, ainda disponíveis no mercado.

É realizada uma análise do sistema de coerções semânticas do discurso da auto-ajuda. Brunelli (2004) justifica o desenvolvimento de pesquisa na área de auto-ajuda, apresentando dados de pesquisa realizada, em 2002, e afirma que “[...] os livros de auto-ajuda são um sucesso absoluto de vendas em vários países. No Brasil, especialmente: enquanto as vendas das demais publicações cresceram 35% nos últimos anos, o consumo desses livros atingiu 700% [...]”.

São significativas as contribuições da pesquisadora para o entendimento do discurso e do gênero auto-ajuda, porque investiga a *modalidade* e seus tipos, para verificar um dos traços semânticos do discurso. Faz opção pela modalidade epistêmica (Dall’Anglio-Hattner, 1995), analisando o discurso da auto-ajuda, por meio de itens lexicais modalizadores – nomes, verbos, adjetivos, advérbios e locuções que auxiliam na análise da constituição argumentativa do discurso objeto de estudo.

Apresenta análises do *ethos* do discurso da auto-ajuda, esclarecendo a constituição do sujeito-enunciador e do sujeito-enunciatário. É apresentada uma conceituação de *ethos*, também sob a perspectiva de Maingueneau (1995), que busca refletir sobre a eficácia do discurso, no tocante à enunciação e à recepção. Atribui ao sujeito-enunciador as características da certeza, credibilidade e confiança

¹³ As obras que compõem o *corpus* da pesquisa de Brunelli (2004) são: de Aveline – *O poder da sabedoria: crescimento interior e transformação pessoal na nova era*; de Costa – *Gerenciando as emoções: à luz da sabedoria crística*; de Leiva – *Lições para uma vida despreocupada e feliz*; de Machado – *Líder 24 horas por dia*; de Prado – *Alegria e triunfo*; e Ribas & Moyses – *Pense fale exista*; de Ribeiro – *O sucesso não ocorre por acaso*; de Ricardino – *Parabéns pela decisão de ser feliz: a busca do ser*; e de Rocha – *ABC do poder da mente*.

no que enuncia, além de promover a possibilidade de construção de um cenário de estabilidade. Conclui que o discurso da auto-ajuda se manifesta pelo sujeito-enunciador através da *certeza*, sendo sempre rejeitada a manifestação da dúvida. Além disso, enfatiza a formação do sujeito *determinado, persistente, flexível, versátil e focado*, que valoriza a ação e o fazer, numa sociedade que contempla, nos dias atuais, o individualismo. Assim como Bosco (2001), a pesquisadora considera o sujeito postulado da auto-ajuda como individual, mas que se constitui por meio do contexto social. Brunelli (2004) discute o sujeito-enunciador e a legitimação que sua imagem promove no interior da auto-ajuda. Esclarece que, em muitos casos, o sujeito-enunciador associa-se com o autor da obra, caracterizando-se como um orientador e que possui “dois saberes”: o saber revelado e o saber pressuposto (2004, p. 73). Trata também o sujeito enunciatário do discurso da auto-ajuda que aparece como desorientado, em posição de inferioridade. As constatações da pesquisadora sobre os sujeitos da auto-ajuda coincidem com a imagem de sujeito que o discurso editorial divulga, conforme discussões anteriores.

Em âmbito mais lingüístico, a tese trata dos aconselhamentos que constituem o discurso da auto-ajuda e que efeitos de sentido são promovidos. Faz uma reflexão sobre provérbios e sobre os provérbios na auto-ajuda que considera como uma “captação do gênero proverbial” (2004, p. 100) e que visar a dar, no interior da auto-ajuda, uma autoridade a um enunciado, e uma esperança ao sujeito leitor. O estudo dos provérbios auxilia no entendimento da constituição do discurso, da argumentação e do gênero auto-ajuda e, conseqüentemente abre novas perspectivas para o conhecimento do sujeito postulado.

As considerações finais da pesquisadora apontam para a caracterização de um sujeito-enunciador que se manifesta por meio da certeza, com condições de orientar seu destinatário; também para um sujeito enunciatário que deve buscar a segurança, a autoconfiança, a determinação e a autocentração, sendo alguém que necessita ser orientado. Brunelli (2004) considera o discurso da auto-ajuda como um caso de *captação do gênero proverbial*, uma vez que os enunciados do discurso citam provérbios, como formas de garantia da impessoalidade. Os textos de auto-ajuda são, assim, simulacros daquilo que os constituem. Considera o sujeito da auto-ajuda interpelado por ideologias e afetado por seu inconsciente, considerando seu discurso como produto de um interdiscurso, por meio de perspectivas da Análise do Discurso de linha francesa, calcada em Pêcheux.

Em Brunelli (2004), são significativas as investigações sobre o sujeito da auto-ajuda. Primeiramente, pela subdivisão que a pesquisadora faz, delineando um sujeito-enunciador e um sujeito-enunciatário. Assim como Bosco (2001), Brunelli (2004) apresenta um sujeito individual, constituído socialmente, o que se difere da presente tese, que, por meio de uma perspectiva dialógica – bakhtiniana -, destaca a relação eu e outro e os valores envolvidos.

Interessam-nos, também, da pesquisa de Brunelli (2004, p. 11), os comentários que a pesquisadora faz sobre aconselhamentos e modalidades¹⁴ que são retomados, aqui, no contexto das obras de Shinyashiki, oportunamente ao tratarmos da argumentação na auto-ajuda.

¹⁴ As análises sobre aconselhamento, feitas por Brunelli (2004), auxiliam no exame dos argumentos de direção empregados na argumentação da auto-ajuda, enquanto as discussões sobre modalidades – mais especificamente, a epistêmica - auxiliam no entendimento da constituição da argumentação e do sujeito orador da auto-ajuda, por meio de diálogos com o silogismo dialético e com a verossimilhança.

1.2.3 *Auto-ajuda e gestão de negócios: uma parceria de sucesso*

A pesquisa de doutorado, na área de Sociologia, realizada por Carla Gandini Giani Martelli (2004), orientada pelo Prof. Dr. José Antonio Segatto, na Faculdade de Ciências e Letras da Unesp – *campus* de Araraquara, apresenta a auto-ajuda como discurso relevante no mundo organizacional contemporâneo, partindo da hipótese de que a auto-ajuda auxilia na hierarquização de valores e nas formas de constituí-los, assim como na construção da racionalidade. Enfatiza, ainda, que as próprias organizações se apropriaram do modo de pensar da auto-ajuda, construindo uma “parceria de sucesso” (p. 1), que consolida um modo de pensar a natureza, o homem e a sociedade.

Tratando dos principais acontecimentos do século XX, como a Segunda Guerra Mundial, a Guerra Fria, a internacionalização do capital, os impactos do capitalismo e da globalização e, por fim, dos seus impactos no mundo do trabalho, a pesquisadora faz uma discussão sobre o cenário do mundo contemporâneo, refletindo sobre o contexto em que a auto-ajuda se insere. A retrospectiva histórica traçada permite o entendimento dos deslocamentos pelos quais o discurso da auto-ajuda passou e também confirma o envolvimento do discurso com os valores sociais difundidos em cada época.

Martelli (2004) faz um debate sobre o tipo de racionalidade presente no mundo contemporâneo. Discute os pressupostos de universalidade, individualidade e autonomia, fazendo considerações que passam por Weber (1985) e Giddens (2002). Toma Horkheimer e Adorno (1985), que se colocam contrariamente à razão iluminista, afirmando o “desencantamento do mundo”, dito por Weber (1985).

Também apresenta a perspectiva de Rouanet (1993), que trata do “reencantamento do mundo”. Conclui que a auto-ajuda, nesse sentido, pode tomar dois rumos: o da indústria cultural que promove a homogeneidade dos comportamentos ou o do *reencantamento* do mundo, por meio de uma instrumentalização do sujeito que adquire novas formas – através da auto-ajuda, em manuais que tratam de deus, da fé, da sorte e da energia positiva – de legitimar seu saber, mas que produzem um cenário de dominação. Caracteriza, ainda, a sociedade contemporânea como envolvida por aspectos antagônicos, como: unificação e fragmentação, impotência e apropriação, autoridade e incerteza.

São significativas, ainda, as discussões sobre a construção de individualismos, os vários sentidos produzidos por eles e a autonomia na sociedade moderna. A pesquisadora afirma que a identidade é constituída por uma polifonia, ligada às perspectivas que o indivíduo tem da natureza, do outro, da relação com o outro e de como deve viver. A primeira abordagem vem de uma discussão sobre a teoria de Taylor (1997), quanto à formação do *self* (de “dentro” para “fora”), também de Agostinho, quanto à internalização de fontes morais – o corpo é exterior, a alma é interior e, ainda, de Descartes, que diz que a razão governa as paixões. Trata a teoria de Locke, que propõe a remontagem da visão de mundo – é preciso “demolir para reconstruir”, é preciso refletir sobre as idéias tradicionais percebidas e examinadas. Além desses autores, Martelli (2004) discute os pressupostos de Rousseau e de Kant, para, finalmente, afirmar que “o *self*, dinâmico e mutável vai se constituindo na história e, junto a ele, a moralidade. A individualidade e o bem, ou, em outras palavras, a identidade e a moralidade, apresentam-se como temas, inextricavelmente, entrelaçados” (2004, p. 107). Outra possibilidade de constituição

de individualismos vem das teses relacionadas à alienação, oriunda do sistema capitalista. A pesquisadora trata de três tipos de indivíduos: “pouco indivíduo”, “muito indivíduo” e “indivíduo altruísta”. O primeiro é o indivíduo fragmentado, dividido, não-integral, que conseguiu se liberar das amarras familiares, mas permanece preso ao sistema capitalista. O segundo tipo são os indivíduos donos dos meios de produção e ditam as regras do jogo capitalista. O terceiro tipo vive um processo de descentralização para garantir o autocentramento – vive um processo de escolhas e decisões pessoais. Esses três tipos de indivíduos norteiam as discussões seguintes da pesquisadora, no que refere ao tipo de indivíduo constituído no âmbito da auto-ajuda. As discussões sobre a construção da identidade possibilitam discussões efetivas sobre o sujeito postulado da auto-ajuda e confirmam a hipótese de sujeito individual que se constitui por meio de valores sociais.

Martelli (2004) trata das mudanças no mundo das organizações, colocando como hipótese principal o argumento de que as organizações têm grande influência nos aspectos da vida social, possibilitando uma análise do discurso social contemporâneo, mais especificamente do discurso do mundo do trabalho e do sujeito que nele se constitui. Esboça fatos relativos à história da Administração Científica, trazendo à luz as teorias de Taylor, Fayol e Ford. Discute os pressupostos de Maslow que apresenta a psicologia humanista como ciência que promove interferências significativas na teoria organizacional, principalmente na constituição do sujeito reativo – diferente daquele sujeito passivo da escola clássica. Apresenta, ainda, discussões dos estruturalistas contemporâneos: Merton, Selznick, Etzioni e outros, que salientam a relevância da eficiência produtiva. Prossegue com a perspectiva histórica, relatando os impactos da globalização e da ascensão

japonesa e, enfim, caracteriza o modelo de homem e de trabalhador: “[...] proativo, incansável na busca por aprimoramento de saber técnico-científico, audaz, dinâmico, multifuncional, inovador, preocupado com a imagem, com a aparência, equilibrado, estável, autocentrado, seguro de si, enfim, competente” (MARTELLI, 2004, p. 205).

Considerando as discussões sobre o discurso da mídia e o discurso editorial – apresentados nos itens anteriores – e os deslocamentos da auto-ajuda, tratados por Bosco (2001), observa-se que a auto-ajuda caminha pelos dois rumos apresentados por Martelli (2004), pois, ao mesmo tempo em que é apresentada como mercadoria, por meio de um discurso publicitário, também sugere proporcionar, ao sujeito-leitor, formas de equipá-lo para que se sobressaia na sociedade, ou que se “reencante com o mundo”. A pesquisa enfoca o sujeito e a constituição de sua identidade, deixando antever um cenário do qual emergem valores na relação sujeito e sociedade, o que possibilita, na presente tese, uma investigação lingüística, por meio do dialogismo bakhtiniano, dos valores envolvidos no processo de constituição do sujeito.

1.3 CRÍTICAS À LITERATURA E À SUBJETIVIDADE DA AUTO-AJUDA

Apresentamos, neste item, críticas à auto-ajuda, nas áreas de Literatura e Sociologia, realizadas por Rüdiger (1996) e por Rolnik (2002), respectivamente, correlacionando-as ao *corpus* desta tese.

Para tratar das questões sobre o individualismo, Rüdiger (1996) analisa a auto-ajuda como elemento formador da subjetividade contemporânea, passando por um histórico da formação do pensamento e do *ethos*, discutindo, ainda, os

paradigmas colocados pela auto-ajuda no século XX – o misticismo, o egoísmo, a ascese, a sujeição terapêutica e a metafísica.

Para o autor, a expressão *auto-ajuda* é usada para categorizar os textos que ensinam o indivíduo a desenvolver capacidades *objetivas* – relacionadas ao sucesso nos negócios, à comunicação entre as pessoas etc - ou *subjetivas* – relativas à estima por si mesmo, à vitória sobre a velhice e a depressão, à vida plena (RÜDIGER, 1996). Ao generalizar essa divisão, o autor causa-nos inquietude, porque os textos de auto-ajuda selecionados como *corpus*, na presente tese, contemplam tanto as capacidades *objetivas* quanto as *subjetivas* e, assim, a categorização de Rüdiger (1996) talvez seja meramente didática. Em Shinyashiki, as discussões passam pelo âmbito dos relacionamentos pessoais e familiares e também tratam dos problemas relacionados ao trabalho, de forma articulada:

Este é um livro sobre as estratégias para resolver seus problemas. Talvez neste momento da sua vida você esteja passando por uma grande dificuldade. Pode estar vivendo problemas familiares, conflitos com seu companheiro. Quem sabe não conseguiu entrar na faculdade que desejava e esteja se sentindo o último dos seres humanos. Pode ser que o seu problema seja ter deixado o seu filho pequeno na porta da casa de sua ex-esposa depois de uma separação dolorosa... Ter de enfrentar uma demissão e a perspectiva de procurar novo emprego, ter fechado a sua empresa ou, ainda pior, ter acabado de receber do médico a notícia de que está doente e terá de fazer um tratamento longo e complicado (SHINYASHIKI, 2003, p. 10).

O texto de Shinyashiki contempla muitos sujeitos, em situações-problema diversas: um vestibulando, um divorciado, um membro de família, um trabalhador, um empresário fracassado, um paciente. Por isso, apela tanto para as categorias *subjetivas* quanto *objetivas*, apresentadas por Rüdiger (1996). Não há uma separação delimitada entre as categorias.

É possível afirmar, também, que, nas obras analisadas, é apresentado o fato de que, para desenvolver a capacidade *objetiva*, o indivíduo deva percorrer as trilhas da capacidade *subjéitiva*, ou seja, primeiramente deva conhecer-se, estar de bem consigo mesmo, para depois se sobressair em sociedade. Acrescentamos, ainda, que as capacidades *subjéitivas* estão mais correlacionadas com aquilo que o mercado denomina *autoconhecimento*. Dessa forma, o *autoconhecimento* estaria subentendido à auto-ajuda:

O vencedor procura motivar a sua equipe para que todos produzam o seu melhor.

Não tem medo de ensinar tudo o que sabe para os seus alunos porque compreende que aprende ensinando. E ter alunos capazes é uma motivação maior para se aperfeiçoar.

Tem prazer em dividir os louros da vitória e entende que, quanto mais pessoas competentes houver em sua equipe, melhores serão os resultados (SHINYASHIKI, 1993, p. 66).

Ao empregar o termo *vencedor*, Shinyashiki (1993) apresenta o sujeito como um conhecedor de si mesmo, motivado e disposto a dividir a sua sabedoria, cumprindo a categoria *subjéitiva* tratada por Rüdiger (1996). Ao mesmo tempo, aponta uma temática correlacionada ao sucesso profissional na carreira docente, contemplando a categoria *objetiva* que trata do sucesso profissional. Nesse sentido, no *corpus* desta tese, as categorias *subjéitiva* e *objetiva*, apresentadas por Rüdiger (1996), aparecem integradas.

Após as discussões sobre as categorias *objetiva* e *subjéitiva*, na auto-ajuda, Rüdiger discute a literatura da auto-ajuda, estabelecendo uma retrospectiva sobre a formação do individualismo, com respaldo na indústria cultural:

a literatura de auto-ajuda é expressão textual de um conjunto de práticas engendrado pela cultura anglo-saxã, que se transportou para toda a 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 (RÜDIGER, 1996, p. 11).

O comentário do autor mostra a significância dos contextos espacial e temporal na constituição da subjetividade. A indústria cultural provoca um deslocamento na auto-ajuda, segundo Bosco (2001), e é também discutida, em Martelli (2004), quando a pesquisadora trata dos tipos de racionalidades presentes no mundo contemporâneo – encantamento ou desencantamento -, decorrentes da relação sujeito e mundo.

Rüdiger (1996) afirma que já há indícios da auto-ajuda em períodos remotos da Antigüidade, estudados por Foucault¹⁵, na proposição de regras de conduta para legitimar ações ou modificar modos de ser daquela época¹⁶.

Por isso, não se deve pensar que a literatura de auto-ajuda seja oriunda da indústria cultural, mas, há, nesse fato, uma modificação acentuada no tocante ao modo de ser da civilização e no modo de ver o sujeito. Se consultados Horkheimer e Adorno (2000), encontram-se as seguintes críticas à indústria cultural:

A tese sociológica de que a perda de apoio na religião objetiva, a dissolução dos últimos resíduos capitalistas, a diferenciação técnica e social e a extrema especialização, deram lugar a um caos cultural é cotidianamente desmentida pelos fatos.

.....
O princípio básico (da indústria cultural) consiste em lhe apresentar (ao consumidor) tanto as necessidades de modo que o consumidor a elas se prenda, sempre e tão só como eterno consumidor, como objeto da indústria cultural (HORKHEIMER; ADORNO, 2000, p. 169; 189).

¹⁵ FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

¹⁶ Salientamos que este não é o foco da pesquisa.

A indústria cultural estabelece demandas uniformes que reduzem o sujeito à condição de objeto, alterando sua relação com a sociedade. Rüdiger (1996) reconhece o impacto social da indústria cultural na formação das individualidades, registrado pelos estudos históricos e, por isso, faz sua reescrita no tempo. Entretanto, analisando a atualidade, Rüdiger (1996) busca a teoria de Giddens (1991), que afirma que o indivíduo tende a se libertar das categorias coletivas que restringem sua identidade:

O indivíduo privado do auxílio que lhe era dado pela tradição, precisa agora empreender uma monitoração e uma reciclagem permanentes de seu modo de ser, se quiser preservar não somente sua condição de agente social autônomo mas também sua própria individualidade (1996, p. 14).

Enfim, se, na indústria cultural, existe uma homogeneidade nas práticas sociais que constituem o sujeito, nos dias atuais, a individualidade é colocada como elemento dependente do sujeito, que não deve medir esforços para atingir o seu autodomínio. Há necessidade de separar o indivíduo da massa, por meio do potencial inato que existe dentro dele e dos limites colocados pela sociedade. Entretanto, na auto-ajuda, Rüdiger (1996) afirma que a imagem de sujeito que se tem é a de que o sujeito pode mais que a sociedade, mas não conhece seu potencial e que é preciso:

[...] recriar um eu mais forte e mais perfeito, reconciliar o indivíduo consigo mesmo através da reconstrução valorativa duma personalidade, nutrida pela fantasia de um cosmos supra-pessoal, ordenado pelo princípio terapêutico da criação do bem-estar com a própria individualidade (RÜDIGER, 1996, p. 250).

Observa-se que o autoconhecimento, na sociedade contemporânea, tornou-se um bem e que a sociedade parece ter um papel secundário, porque pode ser considerada somente como um instrumento para se atingir a felicidade. Todavia, deve-se pensar que o motivo por que se busca atingir a plenitude pessoal é de cunho social.

Por fim, Rüdiger (1996) diz que o desafio deste século e dos séculos vindouros é ter habilidade para enfrentar os processos de desenvolvimento das individualidades pelos quais o indivíduo passará, podendo vir a ser livre ou a continuar com o mal-estar de conviver consigo mesmo.

As críticas de Rüdiger (1996) esclarecem a constituição das individualidades contemporâneas, e, assim como Martelli (2004), deixa antever um diálogo entre o sujeito e a sociedade, um impacto desta sobre aquele, o que procuramos analisar, numa perspectiva bakhtiniana, nas obras de Shinyashiki, em que o discurso produzido pelo autor recorre à descrição do mal-estar social citado por Rüdiger (1996), o que pode ser lido no decorrer das discussões.

Também Rolnik (1997) trata da constituição das individualidades, afirmando que, em um cenário onde as cartografias físicas e sociais assumem novos contornos, impulsionadas pelas forças das trocas políticas, econômicas e sociais, uma sensação de desenquadramento do indivíduo, diante de um mundo exige-lhe o ajustamento a referências pré-estabelecidas. O não enquadramento leva o indivíduo a buscar soluções como o uso de drogas, o apego à TV e a auto-ajuda.

Há ainda a droga oferecida pela literatura de auto-ajuda, que lota cada vez mais as prateleiras das livrarias, ensinando a exorcizar os abalos das figuras em vigência. Essa categoria inclui a literatura esotérica, o *boom* evangélico e as terapias que prometem eliminar o desassossego, entre as

quais a neurolingüística, programação behaviorista de última geração (ROLNIK, 1997, p. 22).

A auto-ajuda oferece a ilusão da possibilidade do reenquadramento aos modelos de produção. Ao se relacionar com o mundo, do qual se vê desenquadrado, o indivíduo constitui seu discurso, reconhecendo-se incompleto e carente das soluções externas. Nesse sentido, a auto-ajuda, assim como a prótese para o corpo em disfunção, ganha *status* de agente suficientemente capaz de redesenhar o indivíduo, ilusão própria e pertinente para um cenário de espoliação social, conforme tratado por Martelli (2004), ao tratar do indivíduo altruísta.

Rolnik (1997) discute a constituição da identidade contemporânea, apontando dois caminhos para o sujeito – ou o retorno às individualidades locais ou o apego às individualidades globais, neste caso, com possibilidades de invenção da vida.

A autora trata da formação das identidades, todavia não discute as relações e os valores estabelecidos entre o sujeito e a referida sociedade, que possibilite uma investigação mais específica neste sentido.

1.4 ENTRE COMENTÁRIOS, INVESTIGAÇÕES E CRÍTICAS: POSSIBILIDADES DE OUTRAS LEITURAS DA AUTO-AJUDA

Após a análise de textos de mídia impressa de massa – revistas *Veja* e *Super Interessante* - e do mercado editorial, que comentam a auto-ajuda, e, após as reflexões sobre as pesquisas acadêmicas e críticas na área, dada a vasta gama de possibilidades de leitura, a partir da auto-ajuda, buscamos encontrar uma

perspectiva, que, além de acrescentar-se às investigações acadêmicas anteriores, permitiria um desvendamento do discurso, da argumentação e do gênero auto-ajuda numa perspectiva lingüística de cunho dialógico.

O discurso da mídia impressa de massa sobre a auto-ajuda é confirmado no âmbito do *corpus* desta tese – parte da obra de Roberto Shinyashiki. A auto-ajuda é considerada como um fenômeno, enquanto desempenho de vendas, de edições, de quantidade de títulos. Na obra analisada de Shinyashiki, tem-se:

Quadro 3 - Números de edições das obras do *corpus* e as respectivas edições atuais

Título	Edição do <i>corpus</i>	Edição atual (2005)
<i>A carícia essencial</i>	1985 – 121ª edição	148ª edição
<i>Pais e filhos: companheiros de viagem</i>	1992 – 16ª edição	55ª edição
<i>Sem medo de vencer</i>	1993 – 1ª edição	Edição ampliada, com exemplos de Ronaldinho, Papa João Paulo II e Tsunami
<i>O sucesso é ser feliz</i>	1997 – 47ª edição	90ª edição
<i>O poder da solução</i>	2003 – 19ª edição	19ª edição

O *corpus* é constituído num intervalo de dezoito anos de produção de Roberto Shinyashiki. As editoras não divulgam a tiragem de exemplares, caracterizando a estratégia de vendas de seus sucessos, por meio de números elevados de edições.

Destaca-se, na análise, a obra *Pais e filhos: companheiros de viagem*, cujo número de edições aumentou 343%, em treze anos. Também o livro *O sucesso*

é *ser feliz* teve um aumento de 191%, em número de edições, no período de oito anos.

A primeira obra escrita por Shinyashiki – *A carícia essencial* – teve um aumento de 22% em dez anos. Ela divide espaço mercadológico com *A carícia essencial – uma psicologia do afeto – Bolso*¹⁷. A diferença de performance de aumento de edições da obra, em relação às demais, deve-se ao fato de que o autor tem uma produção significativa, lançando, no mercado, em média, um livro a cada dois anos e relançando as obras anteriores, por meio de ampliações que lhes garantem a atualização. É o caso de *Sem medo de vencer*.

Os títulos das obras, que também expressam uma estratégia editorial, são apresentados por meio de uma escolha lexical de termos que conduzem o leitor a uma perspectiva emocional, que sugere um olhar para si mesmo, para sua *transformação*. Em *A carícia essencial*, a palavra *carícia* remete a um aspecto mais emotivo, mais sentimental. O termo *essencial* qualifica a *carícia* como específica, determinada; não se trata, portanto, de qualquer carícia, mas da *carícia* que será apresentada pelo autor. Shinyashiki fala ao leitor que se insere nas condições de carente. Em *Pais e filhos: companheiros de viagem*, a temática que trata da relação familiar já se mostra persuasiva e atrativa, se observados os conflitos familiares contemporâneos. O termo *companheiros* promove a articulação com os demais termos do título e faz a associação com outras idéias como a união, a fraternidade e a cumplicidade. Em *Sem medo de vencer* e também em *O poder da solução*, o autor reúne termos motivacionais, desafiadores e otimistas. As palavras-chave *medo* e *vencer* produzem um compromisso com o leitor no desafio de suas limitações,

¹⁷ Os 22% de aumento de edições não contemplam a edição de bolso.

independentemente das forças sociais que se apresentam contrariamente ao indivíduo. O mesmo ocorre na relação *poder e solução*. Por fim, em *O sucesso é ser feliz*, Shinyashiki faz associação de idéias com as demandas sociais atuais, orientando o entendimento do que é ter *sucesso* que deixa de articular-se diretamente com valores materialistas para associar-se a valores mais sentimentais, como é o caso de *ser feliz*.

Nos textos produzidos pela mídia impressa de massa, numa abordagem mercadológica, a auto-ajuda é apresentada como gênero popular, de fácil consumo, e que, legitimado pelos números (desempenho em vendas), é mercantilizado. Em Shinyashiki, a faixa de preços dos livros varia de R\$ 18,00 a R\$ 29,00, em torno de 6 a 10% do salário mínimo estabelecido no Brasil, em 2005. Pode-se, então, afirmar que não se destinam, portanto, às classes D e E, mas tem como público-alvo as classes A, B e C.

A mídia impressa de massa afirma que os autores de auto-ajuda são reconhecidos socialmente. É o caso de Roberto Shinyashiki, que é psiquiatra, escritor, palestrante, e cujo nome foi difundido ainda mais por ocasião das Olimpíadas de Sidney, porque foi contratado para trabalhar com os competidores brasileiros, em orientações terapêuticas, no referido evento esportivo, transmitido, via mídia televisiva, para o mundo inteiro.

O discurso editorial sobre a auto-ajuda mostra a formação profissional dos autores, porque é uma forma de agregar valores às obras. Roberto Shinyashiki está inserido, em uma das áreas – a psiquiatria - que mais se destaca na produção de textos de auto-ajuda.

Assim como o discurso da mídia impressa de massa, o discurso editorial, em Shinyashiki, demonstra, como se viu, um apelo persuasivo na elaboração dos títulos e na apresentação de fórmulas de transformação em todas as obras analisadas, no mesmo sentido do exposto em *Sem medo de vencer*.

Neste livro, o psiquiatra Roberto Shinyashiki mostra-nos, com objetividade, alguns dos mecanismos que levam o ser humano a realizar-se. O sucesso de uma pessoa tem sido avaliado por padrões de reconhecimento social. A pessoa de sucesso é aquela admirada pelos outros, ainda que isto custe a sua própria felicidade. A realização de uma laranjeira é produzir laranjas, e não procurar uma forma de criar maçãs. Também para o ser humano, o verdadeiro sucesso baseia-se em realizações que emanam de sua essência, e não simplesmente atender às expectativas dos outros. *Sem medo de vencer* comprova que a vitória está dentro de cada um de nós. E mostra como é possível obter êxitos que desejamos no trabalho, no amor e na vida espiritual, a partir do respeito por nossa capacidade interior. O sucesso é a realização de sua essência. VENCER É SER (1993, contracapa).

O emprego de termos como *mostra*, *objetividade*, *mecanismo*, *padrões de reconhecimento*, *comprova* e *obter êxito* confirmam o direcionamento por meio de fórmulas. Observa-se, ainda, em “E mostra como é possível obter êxitos que desejamos no trabalho, no amor e na vida espiritual, a partir do respeito por nossa capacidade interior” a imagem de sujeito fragmentado, cujas realizações são operadas, de maneira estanque, em áreas diversas e não de forma integrada. O discurso editorial em Shinyashiki não é assinado, o que leva ao entendimento de que a ausência do aval, ao mesmo tempo em que exime a editora da responsabilidade pela publicação, gera uma percepção de mera indicação da obra, feita por um sujeito oculto e, justamente por isso, muito próximo do sujeito-leitor. A publicação ganha credibilidade popular e perde o caráter mercantil.

A leitura do discurso editorial, presente no *corpus*, permite-nos observar a apresentação de um cenário, em que o leitor potencial deve ser levado à

ação, após sua apreciação do referido discurso, ou seja, passe à leitura do texto de auto-ajuda.

Tanto no discurso da mídia impressa de massa, quanto no discurso editorial, a constituição da auto-ajuda, enquanto construção argumentativa, a partir de seus interlocutores, não é avaliada. Deve-se ressaltar, no entanto, que a análise dos referidos discursos tem sua utilidade, para nós, apenas para o entendimento de como o gênero e o discurso são divulgados. Portanto, em nenhum momento, servem de fundamentação teórica para esta tese.

Quanto às investigações acadêmicas e críticas estudadas, verificou-se que não têm, como recorte, o estudo dos gêneros e do sujeito, numa perspectiva dialógica, mas deixam antever uma discussão sobre os valores divulgados pelo discurso da auto-ajuda e que constituem o sujeito, podendo ser observados no *corpus* da presente tese, nas discussões seguintes. Também não há uma referência à constituição argumentativa do discurso da auto-ajuda que emerge, de forma significativa, nas obras analisadas de Roberto Shinyashiki.

As considerações anteriores confirmam a pertinência dos questionamentos e das hipóteses de que parte este trabalho, que constituem outras possibilidades para investigação, por meio do estudo do gênero, do discurso e da argumentação da auto-ajuda.

2 DISCURSO E SUJEITO

2.1 TEXTO, LÍNGUA E ENUNCIÇÃO: ENTENDENDO A CONSTITUIÇÃO DO DISCURSO E DO SUJEITO

Tratar *discurso*, na perspectiva da filosofia da linguagem do círculo bakhtiniano¹⁸, é afirmar a ocorrência de consciências que se constituem, nas relações sociais – entre sujeitos, de forma heterogênea, híbrida, sempre inacabada, com sentidos em conflito e decorrentes de vozes que sempre estão em concorrência. É buscar, além desses fatos, entender o dialogismo – os múltiplos diálogos que colocam um sujeito em interação com o outro - que envolve as questões lingüísticas e também da vida como um todo. Esse dialogismo refere-se, por isso, à constituição da linguagem e do discurso.

Discurso é o lugar em se pode observar a *translingüística* que “constitui uma óptica mestra para perceber todas as categorias radicadas na linguagem, e Bakhtin pressupõe que todos os aspectos da vida humana estão assim enraizados” (CLARK; HOLQUIST, 1998, p. 233). Ao apresentar a correspondência entre a linguagem e a vida, Bakhtin/Volochinov nos colocam a necessidade de entendermos a ideologia da vida cotidiana e os valores constituídos por ela.

Nesta pesquisa, discutimos a constituição do *discurso* e do *sujeito*, permeada por reflexões acerca de *texto*, *língua* e *enunciação*. Empregamos o termo *texto* em vários momentos. Partimos da concepção de que *texto* é um dado primário,

¹⁸ São discípulos de Bakhtin, Volochinov e Medviédiev. O primeiro assina as seguintes obras juntamente com Bakhtin: *Marxismo e filosofia da linguagem* (2002) e *O freudismo* (2004), empregadas como fonte nesta tese. O segundo assina *O método formalista aplicado à crítica literária*, não empregado como perspectiva teórica, neste trabalho.

principalmente das ciências humanas, porque indica o pensamento, o sentido e o significado do outro. “Onde não há texto, também não há objeto de estudo e de pensamento” e “o que nos interessa, nas ciências humanas, é a história do pensamento orientada para o pensamento, o sentido, o significado do outro, que se manifestam e se apresentam ao pesquisador somente em forma de texto” (BAKHTIN, 1997, p. 329-330).

A constituição do texto está inter-relacionada a uma dada língua, a uma esfera de signos¹⁹, e, principalmente, ao encontro da consciência de dois sujeitos, à relação de um locutor com um *outro*.

O estenograma do pensamento humano é sempre o estenograma de um diálogo de tipo especial: a complexa interdependência que se estabelece entre o *texto* (objeto de análise e de reflexão) e o *contexto* que o elabora e envolve (contexto interrogativo, contestatório, etc) através do qual se realiza o pensamento do sujeito que pratica ato de cognição e de juízo (BAKHTIN, 1997, p. 333).

Dessa forma, no estudo do *texto*, devemos observar os aspectos intertextuais e intratextuais que refletem os aspectos social e histórico que constituem esse *texto*, mediante diálogos entre interlocutores e/ou com outros textos.

Bakhtin (1997) afirma que compreender um *texto* é compreender uma outra consciência, um outro sujeito, um outro universo, o que nos remete novamente ao caráter dialógico da constituição do discurso e do sujeito. O autor afirma ainda que:

¹⁹ Bakhtin/Volochinov (2002) faz uma discussão sobre *senal* e *signo*, afirmando que o primeiro não pertence ao domínio da ideologia, possui um caráter imutável, não podendo refletir e nem alterar nada. Por outro lado, o *signo* tem como característica essencial a mobilidade, a compreensão estabelecida num contexto preciso, uma orientação no sentido de evolução. Conforme o autor, o *signo* só pode emergir, a partir de um território interindividual. É essa a concepção de *signo* que adotamos nesta pesquisa.

O texto é a expressão de uma consciência que reflete algo. Quando o texto se torna objeto de cognição, podemos falar do reflexo de um reflexo. A compreensão de um texto é precisamente o reflexo exato do reflexo. Através do reflexo do outro, chega-se ao objeto refletido (1997, 340-341).

Vemo-nos, então, diante de uma discussão sobre *texto* que remete ao seu autor, o qual nos apresenta uma composição de imagem constituída através de um diálogo seu com o outro, com o seu tempo, com o seu espaço, enfim, com a sua história. Os textos monofônicos buscam esconder os diálogos que os constituem, deixando entrever uma só voz. Os textos constituídos por múltiplas vozes permitem observar que “a voz penetrou neles, apoderou-se deles” (1997, p. 349). A monofonia e a constituição textual por muitas vozes são efeitos de sentido. Interessam-nos, nesta discussão, as considerações de Bakhtin sobre as múltiplas vozes, apresentadas, a partir do texto *Problemas da poética de Dostoiévski*. Neste texto, Bakhtin afirma que Dostoiévski é o criador do romance polifônico:

Suas obras (de Dostoiévski) marcam o surgimento de um herói cuja voz se estrutura do mesmo modo como se estrutura a voz do próprio autor no romance comum. A voz do herói sobre si mesmo e o mundo é tão plena como a palavra comum do autor; não está subordinada à imagem objetificada do herói como uma de suas características mas tampouco serve de intérprete da voz do autor. Ela possui independência excepcional na estrutura da obra, é como se soasse *ao lado* da palavra do autor, coadunando-se de modo especial com ela e com as vozes plenivalentes de outros heróis (BAKHTIN, 2004, p. 5 – grifos do autor).

Os estudos bakhtinianos sobre a obra de Dostoiévski revelam que os personagens de seus romances são plenos de liberdade, dialogando com seu autor, produzindo uma pluralidade de vozes e de consciências diferenciadas, num contexto social, e nem por isso, perdem a individualidade:

Por isso Dostoiévski não representa a vida da idéia numa consciência solitária nem as relações mútuas entre os homens, mas a interação de consciências no campo das idéias (e não apenas das idéias). [...]. Em Dostoiévski a consciência nunca se basta por si mesma, mas está em tensa relação com outra consciência. Cada emoção, cada idéia da personagem é internamente dialógica, tem coloração polêmica, é plena de combatividade e está aberta à inspiração de outras; em todo caso, não se concentra simplesmente em seu objeto mas é acompanhada de uma eterna atenção em outro homem (BAKHTIN, 2002, p. 32).

A consciência, nos estudos bakhtinianos, é constituída por meio de discursos coletivos, sociais que representam uma comunidade em um tempo e em um espaço. Não se pode falar em um discurso fundante ou concluído, pois sempre é o ponto de partida para outros discursos, no processo de formação dos sujeitos. As considerações sobre *texto* feitas por Bakhtin remetem ao todo produzido por ele e por seu círculo sobre linguagem, língua, discurso e questões de cronótopo (tempo e espaço), se observados os aspectos dialógicos.

Para Bakhtin/Volochinov (2002), a língua apresenta-se como uma corrente evolutiva ininterrupta, é inseparável do seu conteúdo ideológico ou vivencial e, por isso, está intimamente ligada às leis sociológicas, concretizando-se através de interações verbais. Portanto, para entender essa perspectiva, deve-se considerar a evolução histórica e cultural da língua, podendo, por meio dela, serem compreendidos os conteúdos e valores ideológicos que a ela se ligam.

A relação do locutor e do interlocutor com a língua, nesse sentido, reside, inicialmente, na necessidade comunicativa. Para tanto, o que importa não são as normas estabelecidas, mas condições que possibilitam uma compreensão em um dado contexto. Assim, tratamos de signo como formas sempre variáveis e flexíveis e a forma sempre orientada por um contexto: “A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial” (2002, p. 95).

Reagimos às palavras que nos remetem às situações ideológicas presentes na vida cotidiana e, nesse sentido, participamos da constituição do discurso. Também na forma escrita, toda palavra é uma resposta a um *discurso*, ou seja, uma reação, uma atitude compreensiva diante do discurso do *outro*; é uma *leitura* do interlocutor feita com os olhos da vida, pois o sentido de uma palavra se produz em um contexto específico; assim, há a articulação dos tantos sentidos possíveis com as multiplicidades de contextos. Entretanto, é imprescindível observarmos que “os contextos não estão simplesmente justapostos, como se fossem indiferentes uns aos outros; encontram-se numa situação de interação e de conflito tenso e ininterrupto” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 107). A afirmação permite abordarmos dois aspectos relevantes: a) a polissemia, constituída por interação verbal que garante a vivacidade da palavra; e, b) as relações sociais que são responsáveis pela estrutura da enunciação e pela constituição do discurso.

As reflexões sobre *enunciação* não podem estar desvinculadas de uma análise sobre o locutor e o interlocutor, porque:

[...] a enunciação é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor. A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos (pai, mãe, marido etc) (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 112).

Pensamos, assim, que o sujeito constituído nessa interação possui um mundo interior estabelecido pelas relações sociais – em situações sociais mais específicas (observando, além da situação, os possíveis interlocutores) e no contexto social mais amplo. As orientações da consciência desse sujeito são dadas

pelo mundo externo. Com essa afirmação, não queremos dizer que o sujeito é assujeitado²⁰, mas que

[...] essa consciência não se situa acima do ser e não pode determinar a sua constituição, uma vez que ela é, ela mesma, uma parte do ser, uma das suas forças; e é por isso que a consciência tem uma existência real e representa um papel na arena do ser (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 118).

Dessa forma, observamos a constituição da consciência de um sujeito por meio de relações sociais, estabelecidas pela interação verbal. Reitera-se que sujeito, nesse sentido, é social, coletivo, ideológico: “Nenhuma enunciação verbalizada pode ser atribuída exclusivamente a quem a enunciou: *é produto da interação entre falantes* e, em termos mais amplos, produto de toda uma situação social em que ela surgiu” (BAKHTIN, 2004, p. 79). Essa concepção de sujeito nos aponta para uma concepção híbrida e também inacabada, em constante constituição, dependente do contexto e permeada por signos. As estreitas relações do homem com o mundo são responsáveis pela produção de sentidos, pela constituição do discurso e também pelo sujeito.

Enfatizamos que, para Bakhtin (1997), *texto* é um objeto de estudo e que o *dialogismo* decorrente das interações verbais é um método, mas que, entretanto, objeto e método são dialógicos.

É preciso, ainda, discutir o dialogismo, em Bakhtin/Volochinov (2002), refletindo sobre o diálogo constituído entre os interlocutores e o diálogo constituído entre os discursos. No primeiro caso, temos como expressão-chave a intersubjetividade, ou seja, a interação entre sujeitos que é responsável pela

²⁰ Não é objeto de reflexão, nesta pesquisa, o assujeitamento tratado por Althusser em *Ideologia e aparelho ideológicos do estado*. Tradução de Joaquim J. M. Ramos. Lisboa: Presença, 1974.

fundação da linguagem e, mais que isso, pela constituição dos próprios sujeitos. Também podemos observar a produção dos sentidos dos textos e das palavras como fatores dependentes da relação entre sujeitos. No segundo caso, é imprescindível salientar que o discurso não é individual, mas constituído e pertencente a uma esfera social. Dessa forma, mantém relações com outros discursos e “recupera-se, no texto, seu estatuto pleno de objeto lingüístico-discursivo, social e histórico” (BARROS, 1997, p. 34). É, a partir do *texto*, que se podem entrever outras vozes, pois, para Bakhtin (1997), um *texto* é “tecido por muitas vozes”, ou seja, “[...] por muitos textos ou discursos que se entrecruzam, se completam, respondem umas às outras ou polemizam entre si no interior do texto” (BARROS, 1997, p. 34).

Dentre as possibilidades de diálogos que promovem a interação, está a obra escrita. O conteúdo tratado na obra estabelece vínculos com a consciência do sujeito, pois reflete a ideologia do cotidiano e produz um certo sentido em uma sociedade e uma dada época. Assim: “[...] o discurso escrito é de certa maneira parte integrante de uma discussão ideológica em grande escala: ele responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio etc” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 123). É, também, mediante esse discurso que acontece a evolução da língua, através, respectivamente das evoluções sociais, da evolução da comunicação e da interação verbal, da evolução dos atos de fala e, conseqüentemente, das formas da língua.

As evoluções permitidas pelo discurso, em especial a evolução social do próprio sujeito, em suas trocas dialógicas com o mundo, refletem o poder dos

entrecruzamentos das muitas vozes que, permeando o sujeito, passam a constituir as muitas *verdades sociais*.

É nessa atmosfera heterogênea que o sujeito, mergulhado nas múltiplas relações e dimensões da interação socioideológica, vai se constituindo discursivamente, assimilando vozes sociais e, ao mesmo tempo, suas interrelações dialógicas. É nesse sentido que Bakhtin várias vezes diz, figurativamente, que não tomamos nossas palavras do dicionário, mas dos lábios dos outros (FARACO, 2003, p. 80-81).

Nesse sentido, em suas trocas com o mundo, e obviamente com o outro, através de relações dialógicas, o sujeito, de acordo com seu tempo e lugar, vai tecendo, em sua tela mental, o texto que lhe servirá de parâmetro para as trocas que lhe garantam uma posição histórico-social. Essa posição histórico-social garante, ao sujeito, vivência que se traduz em enunciado social, isto é, que revela as trocas operadas, a constituição dialógica obtida e, assim, as possibilidades de resposta desse sujeito, posto que lhe é facultado aceitar ou negar o discurso do outro (FARACO, 2003, p. 64). Essa intersubjetividade anuncia a heterogeneidade, enquanto força constitutiva dos discursos. Sendo a troca dinâmica e dialética, o sujeito, nos enfrentamentos, poderá assumir as mais diversas posições dialógicas (BRANDÃO, 1994, p. 23). As trocas, com ou sem enfrentamentos, relações dialógicas, revelam, no íntimo de seu conteúdo, os valores sociais.

As relações dialógicas – fenômeno bem mais amplo do que as relações entre as réplicas do diálogo expresso composicionalmente – são um fenômeno quase universal, que penetra toda linguagem humana e todas as relações e manifestações da vida humana, em suma, tudo que tem sentido e importância (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 42)

A quem interessa os valores, ou mesmo sua perpetuação, interessa o domínio das relações dialógicas. O emprego de técnicas e astúcias no

engendramento das trocas, nas relações dialógicas, pode ocorrer num terreno de tensão de enunciados, num terreno de luta entre vozes sociais

Como a realidade lingüístico-social é heterogênea, nenhum sujeito absorve uma só voz social, mas sempre muitas vozes. Assim, ele não é entendido como um ente verbalmente uno, mas como um agitado balaio de vozes sociais e seus inúmeros encontros e entrechoques. O mundo interior é, então, uma espécie de microcosmo heteroglótico, constituído a partir da internalização dinâmica e ininterrupta da heteroglossia. Em outros termos, o mundo interior é uma arena povoada de vozes sociais em suas múltiplas relações de consonâncias e dissonâncias; e em permanente movimento, já que a interação socioideológica é um contínuo devir (FARACO, 2003, p. 81).

O embate de vozes revela o poder a que se aspira, como parte da própria luta pela sobrevivência. Se, em um outro tempo era preciso manejar armas rudimentares para garantir a sobrevivência, hoje, porém, é preciso o manejo sutil e astuto de palavras e indivíduos, para garantir o acesso aos mecanismos de controle social.

Para garantir que se atinja os objetivos, no embate dialógico, a atitude discursiva pode contar com o amparo das muitas vozes que constituem a todos. As vozes, de forma ininterrupta e independente dos desejos individuais, desenham o próprio indivíduo e sua leitura do mundo. Ocorre, porém, que na constituição discursiva de cada um, pode-se recorrer às múltiplas vozes, centralizando-as na própria voz do locutor (FARACO, 2003, 67). A aparente monologia, revela, na verdade, uma atitude de abafamento, uma apropriação dos discursos e vozes de outrem para que remeta, ao interlocutor, o poder do locutor.

Bakhtin permitiu-se sonhar com um mundo polifônico, de vozes eqüipolentes e democráticas (FARACO, 2003), mas o próprio dialogismo revela a tensão entre vozes e discurso e, nesse quadro, em que pese o contexto social, o

locutor assume o comando das vozes das quais se utiliza e busca reconhecimento, além de, conforme Brandão (1994), uma certa unidade.

Nesse sentido, o discurso, que constitui o sujeito, não sendo individual (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002) revela, por força de operador da própria linguagem, as próprias forças sociais. Vozes ocultas ou não, os discursos se constituem pela força histórico-social e, assim, constituem o próprio sujeito. Ao alcançar à condição de locutor / interlocutor, o dialogismo opera, no sujeito, os reflexos do próprio mundo. Ocultas ou não, as vozes revelam discursos dialógicos, a despeito das tentativas de monofonia.

Ao constituir seus discursos, o autor, conforme Bakhtin (1997), pode ser encontrado em seus textos, a despeito do dialogismo, uma vez que ao utilizar-se, de forma clara ou não, das múltiplas vozes, confirma a questão da heterogeneidade, que se manifesta no afã do autor em abafar as referidas vozes, quando já as tem, no todo ou em parte, como forças que o constituem também. Essa unidade que resulta desse abafamento, desse apagamento, com efeitos opacidade, constituem a própria capacidade processadora do indivíduo, de processar a si e ao mundo, refazer os textos, e, em seguida, devolvê-los com sua marca pessoal, que seja a da apropriação alienante.

A transmissão da enunciação para o interlocutor exige condições e variáveis às quais o locutor deve atentar. Entre elas, está a influência das forças sociais (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 146). A apreensão, pelo interlocutor, está marcada pelo cunho ideológico, posto que “o discurso citado e o contexto da transmissão são somente os temas de uma inter-relação dinâmica. Essa dinâmica,

por sua vez, reflete a dinâmica da inter-relação social dos indivíduos na comunicação ideológico-verbal” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 148).

A apreensão conduz a leituras, cuja heterogeneidade pode pressupor, que revelam a consciência que o indivíduo tem de si mesmo, como afirma Bakhtin (2004, p. 86-87). A consciência desenha-se, muitas vezes, pelo discurso do outro. As palavras do outro geram um certo reconhecimento de si mesmo, no interlocutor. Partindo das enunciações do locutor, o interlocutor assume papéis e posições no mundo, por meio da constitutividade. Observa-se, então, como o discurso de outrem, constituído de forma heterogênea, desenha, no interlocutor, a “ideologia do cotidiano” (BAKHTIN, 2004, p. 88).

Bakhtin/Volochinov, tratando do discurso de “outrem”, diz que a transmissão do discurso do outro, em primeira instância, deve levar em conta uma terceira pessoa, ou seja, a pessoa a quem são transmitidas as enunciações e sobre a qual recaem forças sociais para a apreensão do discurso, mas que, entretanto, toda a expressão discursiva tem significado produzido no discurso interior. O outro não é um ser mudo, “privado da palavra, mas cheio de palavras interiores” (2002, p. 147).

Os autores tratam ainda da inter-relação do discurso do outro com um contexto narrativo, esclarecendo que há duas orientações. A primeira – denominada de *estilo linear* - que mantém a integridade e a autenticidade do discurso citado, por meio de recursos exteriores, o que corresponderia a uma “fraqueza do fator individual interno” (2002, p. 150), e a segunda – chamada de *estilo pictórico*²¹ - em que se promove uma inter-relação da enunciação e do discurso citado. Há, no

²¹ Bakhtin/Volochinov toma os termos *estilo linear* e *estilo pictórico* de empréstimo de Wölfflin.

segundo caso, uma tentativa de apagamento das fronteiras existentes entre o discurso narrado e o discurso citado, estabelecido de duas maneiras:

O narrador pode deliberadamente apagar as fronteiras do discurso citado, a fim de colori-lo com as suas entoações, o seu humor, a sua ironia, o seu ódio, com seu encantamento ou o seu desprezo.

.....
Mas existe também um outro tipo, em que a dominante do discurso é deslocada para o discurso citado. [...] Dessa maneira, o discurso citado é que começa a dissolver, por assim dizer, o contexto narrativo (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002, p. 150-151).

Os dois procedimentos apresentados na citação referem-se ao *estilo pictórico* e demonstram a sutileza na integração do discurso de outrem a determinada narrativa.

O *estilo linear* caracteriza os romances da Idade Média e é predominante nos séculos XVII e XVIII. O *estilo pictórico* é predominante no final do século XVIII e início do século XX, sendo ainda contemplado na contemporaneidade.

Ainda sobre a produção do discurso, Barros, numa perspectiva semiótica, diz que “o sujeito da enunciação faz uma série de ‘escolhas’, de pessoas, de tempo, de espaço, de figuras, e ‘conta’ ou passa a narrativa, transformando-a em discurso” (2002, p. 53).

Barros (2002) e Fiorin (2004) tratam de dois mecanismos empregados pelo enunciador para promover a ilusão da “verdade” junto ao enunciatário. Primeiramente, discutem uma relação de distanciamento da enunciação, denominada *debreagem enunciva*, em que a produção do enunciado em terceira pessoa se efetiva, como forma que o enunciador possui de eximir-se pela responsabilidade da enunciação e garantir a objetividade. A relação de proximidade da enunciação, produzida pelo emprego da primeira pessoa – denominada

debreagem enunciativa – produz o efeito contrário, ou seja, fabrica o efeito de subjetividade e de comprometimento com a enunciação. As relações de distanciamento e aproximação não são estanques, podendo ser articuladas de acordo com a necessidade enunciativa. Fiorin (2004) afirma que há três tipos de debreagens: de pessoa – conforme discussões anteriores -, de tempo e de espaço.

Como se observa, tempo e espaço são dois elementos indissociáveis e essenciais na análise da constituição de um discurso e de um sujeito. Bakhtin estuda-os, denominando-os *cronotopos*:

Eles são os centros organizadores dos principais acontecimentos temáticos do romance. É no *cronotopo* que os nós do enredo são feitos e desfeitos. Pode-se dizer francamente que a eles pertence o significado principal gerador do enredo.

Ao mesmo tempo salta os olhos o significado *figurativo* dos *cronotopos*. Neles o tempo adquire um caráter sensivelmente concreto; no *cronotopo*, os acontecimentos do enredo se concretizam, ganham corpo e enchem-se de sangue. Pode-se relatar, informar o fato, além disso, pode-se dar indicações precisas sobre o lugar e o tempo de sua realização (1993, p. 355 – grifos do autor).

O *cronotopo* concretiza os índices de tempo e de espaço com matizes emocionais, o que possibilita a construção da imagem dos acontecimentos no romance²². O autor trata de uma série de *cronotopos*. Como exemplo, Bakhtin (1993) discute o *cronotopo* da *soleira*²³ que se associa à temática da crise e da mudança de vida. A categoria assume, simultaneamente, dois direcionamentos: ou a

²² Bakhtin estuda os *cronotopos* em romances, mas afirma, no decorrer dos estudos, que “a linguagem é essencialmente cronotópica, como tesouro de imagens. É cronotópica a forma interna da palavra, ou seja, o signo mediador que ajuda a transportar os significados originais e espaciais para as relações temporais. [...] O seu caráter geral é *dialógico*. Mas esse diálogo não pode penetrar no mundo representado na obra nem em nenhum dos seus *cronotopos*: ele está fora do mundo representado, embora não esteja fora da obra no seu todo. Esse diálogo ingressa no mundo do autor, do intérprete e no mundo dos ouvintes e dos leitores. E esses mundos também são cronotópicos” (1993, p. 356-357). Na presente tese, o *cronotopo* é empregado como categoria de análise, se observado seu caráter dialógico, na construção de sentido, mesmo não tendo como objeto de estudo um romance.

²³ Somente o *cronotopo* da *soleira* é discutido por ser recorrente no *corpus* analisado desta tese.

decisão, a mudança, ou o medo de ultrapassar o limiar, valor este que gera a indecisão – o tempo é um instante que parece não ter duração.

Toda discussão anterior permite promover uma reflexão mais ampla sobre a diversidade de formas de construção de enunciações, de acordo com as inúmeras atividades humanas, entretanto, essa é a proposta do próximo capítulo, quando discutimos os gêneros do discurso. Antes, apresentamos uma análise do discurso da auto-ajuda, adotando os recortes teóricos apresentados, em que se contempla, principalmente o dialogismo.

2.2 ENTENDENDO A CONSTITUIÇÃO DO DISCURSO E DO SUJEITO NA AUTO-AJUDA

O objetivo desta discussão é refletir sobre a constituição discursiva da auto-ajuda, por meio das obras selecionadas como *corpus* desta tese, para responder às seguintes questões: como se constitui o discurso da auto-ajuda em Shinyashiki? Quem é o sujeito postulado pelo discurso de Shinyashiki? Para tanto, adotamos uma perspectiva constituída historicamente na qual as relações sociais promovem a constituição de uma consciência – nesta tese, principalmente, na relação sujeito-leitor, sujeito-autor e leitura - fazendo com que o sujeito compartilhe determinadas condutas e comportamentos, através de discursos que perpetuam os valores sociais de dada época. A análise do *corpus* é realizada, contemplando o método dialógico da teoria bakhtiniana e as vertentes discutidas no item anterior.

Pellegrini ([1990?], p. 1), discutindo a formação do leitor e da literatura em tempos de mídia e de mercado, afirma que “[...] cada período histórico produz e

difunde sua literatura através dos modos técnicos e das instituições disponíveis, o que lhe confere uma marca particular”. Com base na reflexão sobre a constituição do discurso em Bakhtin/Volochinov (2002), afirmamos a interação significativa estabelecida entre o sujeito e o discurso da mídia nos dias atuais. A aceção de que o sujeito se constitui socialmente é, neste caso, imprescindível para comentar a relação dele com os meios de comunicação de massa, no tocante à divulgação de um determinado modo de ser e de fazer, na sua constituição em determinada época, na articulação do discurso da mídia com o mercado.

Já, na década de 70, no Brasil, o mercado passa a controlar a produção literária, conforme Pellegrini ([1990?]). O escritor deve produzir talvez não um “bem cultural”, mas uma mercadoria, porque o leitor muda de feição e o mercado vende e cresce. A autora enfatiza que

[...] cada texto só pode ser entendido dentro de suas próprias condições histórico-sociais de leitura. Vale dizer, cada texto é recebido e julgado de acordo com uma dada experiência de vida e de leituras anteriores [...] Dito de outra forma, o modo pelo qual o leitor recebe o texto e (re)constrói seu sentido é função de seu lugar na sociedade ([1990?]), p. 4).

Desde os anos 60, algumas revistas semanais e periódicas – *Veja*, *Istoé*, *Visão*, *Realidade*, *Manchete* dentre outras - e também alguns jornais passaram a transferir os modelos culturais europeus e norte-americanos para o Brasil, dada uma tradição de países desenvolvidos. Neles, são veiculados livros que as grandes autoridades e ou artistas famosos lêem, o que desperta, nos leitores das revistas e dos jornais, a necessidade da leitura também. Conseqüentemente, a demanda por determinados textos aumentou e exigiu do escritor uma maior produtividade. E, conforme Pellegrini ([1990?]), p. 7),

daí o risco dos descuidos, das mesmices, chulices e obviedades que vêm permeando a literatura contemporânea, roubando-lhes algumas horas de televisão e inclusive tentando competir com o código estético dela, o escritor tem muitas vezes optado pelo gosto padrão: um texto que poderia ser de boa qualidade, porém muitas vezes escrito com pressa para um leitor também apressado, não consegue mais escapar das redundâncias e clichês e, muitas vezes, até de erros gramaticais.

O que observamos é a primazia do discurso de uma cultura de massa sobre os outros discursos, que passam a se caracterizar pela simplicidade, acessibilidade, direcionados a um grande número de leitores, produzidos, às pressas, divulgando o senso comum e os valores da sociedade contemporânea.

De certa forma, a autora adota um posicionamento em que a individualidade é constituída socialmente e, por isso, participa da construção social e histórica. O foco coincide com a perspectiva bakhtiniana, em que notamos a constituição de um sujeito coletivo, ideológico, portanto, social e histórico.

Sobre as discussões de Pellegrini ([1990?]), consideramos, inicialmente, o tratamento que a autora dá ao período histórico contemporâneo referente às interações entre livro e leitor e que permeia o discurso da auto-ajuda e o sujeito-leitor, para refletir sobre o *cronotopo* da *soleira* – perspectiva bakhtiniana anteriormente apontada- no âmbito da auto-ajuda. No *corpus* analisado, observam-se as temáticas da *crise* pela qual o sujeito contemporâneo passa e também a da reivindicação da *mudança* e da *transformação* que se deve promover. A descrição da *crise* é recorrente, nas obras analisadas, pela enunciação de caráter pessimista, em que predominam os discursos do fracasso, das dificuldades, dos conflitos, do desânimo, da fraqueza, da tristeza, da angústia, da infelicidade, do medo e da preocupação:

(a) As pessoas freqüentemente são vítimas de ilusões, quando buscam respostas para as suas dificuldades amorosas.

Algumas vezes, as ilusões são dirigidas para si mesmo e têm a curiosa propriedade de inverter a realidade interior. O melhor exemplo disso é a timidez. Quando alguém é tímido, imagina que tem um profundo sentimento de inferioridade (SHINYASHIKI, 1993, p. 100).

.....
(b) O motor dos protetores do universo é a culpa. Na infância, eles se sentiam culpados porque os pais brigavam ou porque a mãe era depressiva ou, ainda, porque o pai abandonou o lar. Em sua lógica infantil, pensavam que os adultos se comportavam assim por causa deles (SHINYASHIKI, 2003, p. 62).

.....
(c) O que muitas pessoas chamam de liberdade é, em geral, uma boa justificativa para o consumo de aditivos. Nossa sociedade está mergulhada em paliativos, que vão da droga mais poderosa ao hábito mais banal.

Sexo, brigas, roupas, comida, álcool, ginástica, calmantes, paixões em seqüência são alguns dos vícios mais comuns que as pessoas adotam para enfrentar a atual insegurança em que vivem (SHINYASHIKI, 1997, p. 50).

No trecho (a), o sujeito-autor constitui um discurso disfórico pelo uso de termos e expressões como: “vítimas”, “ilusões”, “dificuldades”, “timidez”, “inferioridade”. No trecho (b), a disforia continua expressa por meio de “culpa”, “brigavam”, “depressiva”, “abandonou”. E, no trecho (c), há recorrência a “consumo”, “paliativos”, “droga”, “hábito banal”, “vícios”, “insegurança”. A escolha lexical é elemento que permite constituir a imagem da sociedade contemporânea e enquadrar o sujeito no contexto. Há a recorrência, no *corpus*, de um texto em 3ª pessoa, entretanto uma aproximação entre o autor e o leitor se faz pelo tom conselheiro e coloquial constituído entre quem fala e para quem se fala.

A temática da *crise* também se processa pelos temas tratados na auto-ajuda. Nos três trechos citados, (a), (b) e (c), verifica-se a temática do relacionamento humano em conflito. Primeiramente, um relacionamento amoroso problemático, baseado na timidez e na inferioridade. Num segundo momento, um relacionamento humano conturbado, em função de uma formação familiar

desajustada. E, por fim, um relacionamento social, calcado na insegurança – preenchida pelo consumo de drogas - que impede a liberdade. Em todo o *corpus* analisado, a temática da *crise*, conforme descrita anteriormente, faz-se significativa e sistemática.

Nesse contexto, na auto-ajuda de Shinyashiki, também é recorrente a temática da *mudança de vida*, em que a *transformação* de todo aspecto negativo e pessimista ocorre em função de uma crença, de uma fé ou de um acreditar, ou seja, de valores de ordem moral e religiosa e também de valores calcados no discurso do trabalho, como a luta, a batalha:

(a) [...] quando situações angustiantes se apresentarem, dê-se o direito de, assim como Cristo, pedir para que o cálice seja afastado. Afinal você é humano e tem toda a permissão para sentir medo e dor, mas se a situação avança e você recebe o chamamento, perceba que em seu interior existe a força suficiente para superar a situação.

Somente a fé, em si mesmo e na Existência, lhe dará condições para conhecer um poder que, talvez de outro modo, não conheceria, e para atingir uma capacidade de compreensão e aceitação que apenas aqueles que fazem a viagem dos heróis poderia atingir (SHINYASHIKI, 1992, p. 26).

.....
(b) As pessoas aprendem com a dor e o prazer. Quando você descobre o prazer de evoluir, a vida flui e quando você precisa de dor a vida torna-se um calvário.

O ser humano, quando descobre e experimenta seu significado existencial em toda a sua plenitude, transforma-se num ser divino e passa a ter poder para continuar sua criação (SHINYASHIKI, 1997, p. 190).

.....
(c) Não basta torcer para que algo aconteça. É preciso ir criando a realidade, desde já!

O próprio fato de colocar o verbo no futuro faz com que a pessoa nunca se sinta, hoje, capaz de realizar as transformações. Faz parte dessa estratégia adiar o que teria de ser feito a partir de agora, como se o futuro não fosse uma seqüência do presente (SHINYASHIKI, 1993, p. 41).

Nos três trechos, o autor trata de problemas corriqueiros da vida, de maneira generalizada. Em (a), o autor afirma que os problemas podem ser sanados se o sujeito observar “que em seu interior existe força suficiente”. As expressões “fé”, “si mesmo”, “Existência”, “poder”, “atingir” (reiterado), “compreensão”, “aceitação” e

“heróis”, chamam o sujeito à mudança. No trecho (b), o discurso da transformação se constitui, por meio do emprego das expressões “prazer de evoluir”, “significado existencial”, plenitude”, “ser divino”, “ter poder”, continuar”. No trecho (c), nota-se a mudança em: “preciso ir criando”, “realizar as transformações”, “teria de ser feito agora”. A *transformação* de que trata Bakhtin (1993), no *cronotopo* da *soleira*, é observada por meio de discursos sociais, oriundos, principalmente, da religião – dado o apelo ao aspecto moral -, do trabalho – o incentivo à busca, à luta -, não sendo menos destacado o discurso da filosofia, em função dos valores – perseverança, coragem, designação - que se constituem nas discussões.

Em relação aos índices de tempo e de espaço, permeados pelos matizes emocionais (BAKHTIN, 1993), na auto-ajuda de Shinyashiki, aparecem por meio de uma cobrança que se opera junto ao sujeito, exigindo-lhe uma transformação imediata, iminente, instantânea, porque o tempo é o presente, as crises representam o agora e a transformação deve começar já, dependendo exclusivamente do autoconhecimento do sujeito. A auto-ajuda, em análise, presentifica as crises e o direcionamento das mudanças, fazendo com que elas se dêem em um instante, como opção única que o sujeito tem para se realizar e ser feliz. Novamente, observamos o “indivíduo altruísta” tratado por Martelli (2004), ou seja, aquele que busca o autocentramento. Há a constituição de um contexto, na auto-ajuda, objeto de análise, em que o sujeito tem a necessidade de apoiar-se em habilidades pessoais, subsidiadas, comumente, por um apoio divino ou terapêutico de outros sujeitos, conforme afirma Bosco (2001). A auto-ajuda funciona como um recurso que auxilia o sujeito a encontrar-se, pois prescreve caminhos – discursos

originados de diversas áreas do conhecimento - que devem ser percorridos para se atingir o sucesso.

A auto-ajuda, em Shinyashiki, é caracterizada por um discurso de múltiplas vozes; os textos deixam entrever uma interdiscursividade com a medicina, com a psicologia, com a religião, com a filosofia e com a mitologia, entre outros discursos. Entretanto, a forma empregada pelo autor para produzir o discurso contempla um apagamento, uma tentativa de silenciamento dos discursos de origem que são apropriados por Shinyashiki. Assim, a estratégia discursiva do autor gera credibilidade, autoridade e, ao mesmo tempo, um diálogo facilitado com o interlocutor:

(a) [...] sua esposa está com dificuldade de atingir o orgasmo. Vocês conversam sobre o assunto e ela decide fazer terapia. Parece que tudo se resolverá num passe de mágica. Triste ilusão. Depois de algum tempo, ela diz que se apaixonou por outro homem, que a terapia a ajudou a perceber que você não era realmente o homem da vida dela.

Problemas sexuais são sempre problemas do casal e têm de ser resolvidos com a participação dos dois, com a luta e a dedicação dos dois (SHINYASHIKI, 2003, p. 28-29).

(b) Quem morou no exterior sabe dos desafios que encontrou ao se adaptar a um novo país: a língua, que geralmente não se domina, os valores de outra cultura, os costumes diferentes, as reações inusitadas das pessoas, a descoberta de lugares interessantes e outros a serem evitados, os meios de locomoção ...

O processo de integração de um recém-nascido com o mundo é semelhante. Precisa adaptar-se e aprender a viver onde regras e valores já estão estabelecidos e relacionamentos já estão estruturados. E, pior, vê-se cercado de gigantes que se comunicam, emitindo sons estranhos e muito parecidos (depois ele vai descobrir que se trata da língua). Dependendo do que ele faz, esses gigantes sorriem ou ficam bravos, às vezes até gritam (SHINYASHIKI, 1992, p. 21).

(c) Existem pessoas que permanecem sozinhas porque têm um modelo idealizado do que o outro deve ser, para entrar numa relação.

O mito da perfeição é uma das coisas que mais mata o amor. As pessoas inventam um modelo de dois seres imóveis como estátuas, que vão manter um relacionamento predeterminado, como um roteiro de novela (SHINYASHIKI, 1993, p. 107-108).

(d) Todos necessitam de uma quantidade mínima de carícias, que também pode ser chamada de *índice de sobrevivência*, abaixo do qual a pessoa

começa a apresentar um quadro de privação de estímulos, que, como já vimos, pode levar o indivíduo à loucura.

Ter que lutar para sobreviver leva as pessoas a atos jamais imaginados por elas mesmas. Por exemplo, se neste momento alguém lhe oferecer um pão embolorado para comer, certamente você vai recusar e pensar: “Eu nunca comeria um pão embolorado”.

Porém, quando ouvimos falar de pessoas que passam fome extrema, sabemos que para elas a possibilidade de comer até um pão embolorado não passa de um sonho dourado, ou seja, abaixo do índice de sobrevivência qualquer carícia é bem-vinda, ainda que seja dolorosa, pois o importante é continuar vivo. Então, como se diz popularmente, “caiu na rede é peixe” (SHINYASHIKI, 1985, p. 95).

Os trechos citados mostram um discurso de autoridade, pois o autor produz sobre si uma imagem de sujeito que detém o conhecimento de causa – o discurso da psicanálise -, fala de um lugar reconhecido socialmente, contrariamente ao seu interlocutor, que é caracterizado como ingênuo e ignorante. Entretanto, para que o discurso seja assimilado, nas obras de Shinyashiki, a interdiscursividade promove-se pela generalização e facilitação da referida área de conhecimento, por meio de apagamentos e silenciamentos, o que torna a auto-ajuda popular e acessível ao seu enunciatário. Há a recorrência, no *corpus*, do *estilo pictórico*, em que Shinyashiki busca diluir um discurso citado no contexto narrativo e este último começa a ser percebido como subjetivo, como fala de “outra pessoa”. Sendo assim, a auto-ajuda de Shinyashiki promove uma aproximação com o sujeito leitor. No trecho (a), o autor reproduz, por meio de paráfrase, a fala de uma suposta esposa: “Depois de algum tempo, ela diz que se apaixonou por outro homem, que a terapia a ajudou a perceber que você não era exatamente o homem da vida dela”. O discurso da esposa está diluído no contexto narrativo. O *estilo pictórico*²⁴ produz um discurso generalizado na auto-ajuda, objeto de estudo, ou seja, o autor encaminha as discussões de forma a interagir com o sujeito e enquadrá-lo na situação enunciada,

²⁴ Conforme perspectiva bakhtiniana.

pelo fato de fazê-lo sentir-se pertencente ao grupo foco de análise do autor. O *estilo pictórico* se constitui pelo recolhimento de exemplos de acontecimento banais do dia-a-dia e, em seguida, esses exemplos são subsídios para a construção de premissas questionáveis. No trecho (c): “Existem pessoas que permanecem sozinhas porque têm um modelo idealizado do que o outro deve ser, para entrar numa relação”, há uma observação *catada* do cotidiano, representativa do senso comum, e considerada relevante pelo autor, respaldando-o na constituição da seguinte premissa: “O mito da perfeição é uma das coisas que mais mata o amor. As pessoas inventam um modelo de dois seres imóveis como estátuas, que vão manter um relacionamento predeterminado, como um roteiro de novela”, que pode ser questionada pela afirmação “o mito da perfeição é uma das coisas que mais mata o amor”. Para que a dúvida não se estabeleça, o autor modaliza o discurso em: “[...] é *uma* das coisas que [...]”, contemplando qualquer público e desfazendo quaisquer dúvidas.

Por meio do *estilo pictórico*, o discurso constituído perde o seu caráter de autoritarismo ideológico:

É provável que você tenha um amigo ou conheça alguém que vive reclamando porque não sabe mais o que fazer com a filha de 15 anos. A queixa dele é de que a menina chega muito tarde em casa e o deixa tão preocupado que ele não consegue dormir.

Quando você faz perguntas sobre a moça, percebe que ela é uma adolescente normal, como milhões de outras: uma menina que vai a festas com os amigos para se divertir, alguém que está descobrindo o prazer de viver a sua vida, conhecer gente diferente e ficar acordada até tarde (SHINYASHIKI, 2003, p. 125-126).

No excerto, o autor parafraseia a fala de um suposto interlocutor. Ao relatar “Quando você faz perguntas” e “descobrir”, Shinyashiki constitui um discurso banalizado da psicanálise, como um terapeuta que enuncia a partir de um lugar

social reconhecido – a medicina -, mas, deixa entrever, nas suas obras, outros lugares e outros sujeitos, por meio de discursos citados sem fronteiras definidas:

- O que é budismo? – perguntei.

Tranqüilamente, ela me respondeu:

- A base do budismo é o fato de que todo ser humano sofre.

Pensei comigo mesmo: “Não é possível. Saio da cultura ocidental, que prega o sofrimento como base da purificação e da sabedoria, e aqui ouço que a base do budismo é o sofrimento?” Não satisfeito, resolvi fazer uma pergunta ainda mais difícil para que ela (uma mestre budista) não soubesse a resposta e me levasse ao verdadeiro mestre:

- E por que os seres humanos sofrem?

- Porque são ignorantes – ela respondeu.

Pensei: “Bem, se são ignorantes, deve haver alguma coisa que não saibam e que talvez seja a resposta para o que estou procurando”.

- E qual é o conhecimento que nos falta? – arrisquei.

- O que precisamos ter é a compreensão de que as coisas na nossa vida são dinâmicas e fluidas. Quando o ser humano está feliz bloqueia a felicidade, pois deseja a eternidade para esse momento. Torna-se rígido, com medo de que o prazer acabe. Quando está infeliz, julga que o sofrimento não terá fim, mergulha na sombra, e assim amplia sua dor (SHINYASHIKI, 1997, p. 35).

Em forma de diálogos – estratégia pouco freqüente no *corpus*, Shinyashiki relata uma visita feita ao Nepal, com a finalidade de conhecer melhor os preceitos do budismo. A temática passa por discussões sobre sofrimento e felicidade. O discurso resultante da interação entre a mestre budista e o autor constitui-se a partir do senso comum, gerado por meio do apagamento do discurso religioso original que difunde o budismo, e pela apropriação generalizada, feita por Shinyashiki. Nesse sentido, a conversa torna-se acessível a um público médio diverso, ou seja, independentemente do sexo, da crença religiosa, qualquer leitor adulto é capaz de compreendê-lo. A apropriação do discurso religioso, na auto-ajuda de Shinyashiki, é diluída e estabelecida em forma de senso comum, por generalizar e facilitar a compreensão do referido discurso e dirigir-se a um público diverso.

Em Shinyashiki, a apropriação de outros discursos caracteriza-se pela generalização e simplificação que se faz deles, sendo uma estratégia recorrente na obra do autor. A seguir, mostra-se a estratégia discursiva com a apropriação feita de um discurso científico:

Quando observamos os estilos de vida das pessoas podemos diferenciá-las em três tipos diferentes:

- . o homem animal
- . o homem humano
- . o homem divino.

.....
As diferenças entre o indivíduo animal e o humano estão justamente no estabelecimento das metas e da visão de futuro que elas representam.

.....
O homem divino desfruta o prazer da evolução. Ele só sabe viver uma relação de amor com as pessoas. Então, as metas da sua alma concretizam-se como num passe de mágica (SHINYASHIKI, 1997, p. 188-190).

No excerto, há a constituição do discurso da auto-ajuda, apropriando-se dos discursos biológico, religioso, da psicologia e até da administração. Entretanto, a heterogeneidade discursiva vai se desenrolando sem um tratamento metódico, sistemático, próprio da ciência. Não observamos as leis que regem o conhecimento, não temos acesso a discursos de autoridade que, por meio de citações, constroem e apresentam a “verdade” da ciência. Ao dizer “O homem divino desfruta o prazer da evolução”, Shinyashiki traz os pressupostos do discurso religioso para a auto-ajuda, de forma generalizada, pois trata o “homem divino” como aquele articulado ao amor e à caridade, que são preceitos de qualquer religião e de qualquer discurso social. Além disso, ao afirmar que “As diferenças entre o indivíduo animal e o humano estão justamente no estabelecimento das metas e da visão de futuro que elas representam”, há a racionalização dos valores e das emoções, tratada de maneira simplista.

Nas obras analisadas de Shinyashiki, o autor constrói um discurso que produz uma ilusão de verdade, recorrendo tanto a efeitos de distanciamento, como a efeitos de aproximação (em casos pontuais, específicos e menos frequentes). O efeito de distanciamento que produz a debreagem enuncia (BARROS,2002; FIORIN, 2004) garante, ao autor, um efeito de objetividade. Shinyashiki, ao tratar os seus objetos de reflexão de carácter disfórico, constitui um discurso explicativo ou descritivo, distanciando-se dele, por meio do emprego da 3ª pessoa do singular ou plural. O autor cria a imagem de que está longe dos problemas que afligem os seres humanos, colocando-se num patamar superior, em que parece que a sabedoria impera. Shinyashiki assume as características da *certeza*, tratada por Brunelli (2004). Nesta tese, o discurso de Shinyashiki, na referida situação, é intitulado discurso do *sujeito sábio*²⁵:

(a) A estrada pela qual caminha a maior parte da humanidade não leva à felicidade.

O ser humano tem vocação natural para a felicidade, mas vive correndo atrás de miragens, ilusões, que não preenchem sua existência. As vitórias só têm sentido quando levam à felicidade (SHINYASHIKI, 1997, p. 26).

(b) As vítimas da vida não aprenderam a importância do comprometimento na realização de um sonho. Têm muitos projetos, mas não são capazes de pagar o preço que tem de ser pago para realizá-los (SHINYASHIKI, 2003, p. 83).

(c) As pessoas que ocupam cargos políticos, ao deixarem o cargo percebem claramente o vazio provocado pelos bajuladores; de um momento para o outro acabam-se os presentes, os tapinhas nas costas (SHINYASHIKI, 1985, p. 48).

As temáticas tratadas nos excertos são problemas, relacionados com a busca e o não encontro com a felicidade, a dificuldade na realização de sonhos e o fim de uma vida pública. Observa-se o afastamento do autor, pois emprega a

²⁵ Entende-se por *sujeito sábio*, nesta tese, não aquele dotado de sabedoria, mas aquele que se apresenta como sábio.

terceira pessoa, discutindo, nos trechos, os temas: “a estrada”, “o ser humano”, “as vitórias”, “as vítimas”, “elas” (elíptico em “têm muitos projetos” e “não são capazes”), “as pessoas” (termo que aparece oculto nos enunciados seguintes do excerto). O discurso do *sujeito sábio* é constituído por meio da debreagem enunciativa, ou seja, o autor mantém distanciamento e promove um efeito de objetividade ao enunciado, desvincilhando-se dos problemas humanos, por meio do emprego da terceira pessoa do singular na construção do enunciado.

É recorrente no *corpus* o emprego do pronome “você”:

(a) Quando você nasceu, Deus não rogou uma praga para você ser tímido, distraído ou confuso. Ele lhe proporcionou todas as ferramentas para você completar Sua criação (SHINYASHIKI, 1997, p. 137).

(b) Se você estiver agindo com a certeza de que investe em seu futuro profissional e for chamado de bobo porque ganha pouco em um emprego que lhe ensina muito, não se incomode. Você terá a chance de responder depois (SHINYASHIKI, 1993, p. 73).

No trecho (a), observa-se o emprego do pronome “você” em que o autor promove uma motivação junto ao enunciatário. No trecho (b), o uso do “você” chama o outro para uma mudança, reafirmando o poder de mudança. Em ambos os casos, o enunciador está enunciando de um lugar privilegiado, distanciado do contexto. Shinyashiki contempla uma objetividade que pode ser analisada de duas formas: primeiramente, o uso do pronome “você” coloca a responsabilidade pelo sucesso nas mãos do enunciatário e, num segundo caso, o enunciado é uma motivação para o enunciatário lutar pela sua felicidade. Ao empregar o “você” (o que corresponderia ao “tu”), o autor produz uma debreagem enunciativa, mas o correlato “eu” não aparece, ficando implícito, o que caracteriza um distanciamento do autor com o tratado no enunciado.

Entretanto, Shinyashiki promove, menos freqüentemente, por meio dos enunciados, uma aproximação com o enunciatário. A debreagem enunciativa aparece em Shinyashiki pelo uso que faz das 1ª pessoas do singular e do plural. A estratégia discursiva ocorre quando o autor exemplifica discussões com exemplos próprios da sua vida:

(a) Durante o almoço, eu pai e eu saímos e fizemos uma longa caminhada. Ele falou de sua vida, eu da minha, e também falamos da nossa vida. Ele me agradeceu o almoço e expressou seu orgulho de ser meu pai. No final da tarde, no momento da despedida, meus filhos estavam brincando e pedi-lhes que fossem se despedir do avô. Depois nos abraçamos. Foi muito gostoso estarmos todos juntos. À noite, fui ao teatro voltei para casa e logo depois o telefone tocou. Era minha irmã dizendo: “Beto, o pai morreu!...” (SHINYASHIKI, 1992, p. 111).

(b) Eu me lembro de um acontecimento muito especial na minha vida: alguns anos atrás, tanto o Grêmio quanto o Internacional de Porto Alegre corriam o risco de rebaixamento no Campeonato Brasileiro. E o time do Grêmio me contratou para trabalhar com sua equipe. Depois de dois jogos, ele saiu da zona de risco e terminamos o trabalho. Alguns dias depois, porém, recebi um telefonema do presidente do Grêmio liberando-me para trabalhar com o time do Internacional, que iria para a última rodada precisando da vitória para não ser rebaixado. Com muita sabedoria, ele disse: “Roberto, pode ajuda-lo a vencer esse jogo, pois não o queremos na Segunda Divisão. Ganhar um campeonato sem o Inter não é a mesma coisa”. Ele sabia das coisas. Um grande adversário mantém sua concentração plena (SHINYASHIKI, 2003, p. 23).

Em ambos os trechos, há o comprometimento do autor com o enunciado, o que o habilita a lidar com determinadas situações. Nesta tese, o discurso que se constitui por meio do procedimento empregado pelo autor – 1ª pessoa e declaração de (re)construção de experiências- é chamado discurso do *sujeito experiente*²⁶. O autor declarado, no texto, mostra ter vivenciado problemas e aprendido com eles, enunciando a partir de uma experiência, de uma habilidade e de uma competência. Sendo assim, cria a ilusão de que é capaz de aconselhar o

²⁶ Entende-se, nesta tese, *sujeito experiente*, não como aquele que construiu e reconstruiu experiências, mas aquele que se mostra como experiência.

outro. A diferença entre *sujeito sábio* e *sujeito experiente* reside na aproximação ou distanciamento do autor com o que é enunciado. O *sujeito sábio* enuncia em 3ª pessoa e faz julgamentos sobre os procedimentos e o comportamento de seu interlocutor, por isso, mostra-se superior ao seu interlocutor. O *sujeito experiente* enuncia em 1ª pessoa e produz a sensação de credibilidade em seu enunciado por demonstrar ter vivenciado situações semelhantes ao de seu interlocutor e, por isso, é capaz de aconselhar.

Para analisar os aspectos lingüísticos que constituem o discurso do *sujeito sábio* e do *sujeito experiente*, discute-se, a seguir, o aspecto lingüístico da auto-ajuda de Shinyashiki, observando as críticas feitas pela mídia impressa de massa, porque o meio, conforme Pellegrini ([1990?]), divulga e populariza o discurso e o gênero.

A revista *Veja* (13/11/2002) publicou o resultado de uma pesquisa, em que promoveu a análise dos 100 livros mais vendidos do gênero auto-ajuda e enumerou algumas características deles²⁷.

É dito que teorias complexas são apresentadas em linguagem acessível ao público-consumidor. Essa afirmação nos permite elaborar alguns questionamentos: o que são teorias complexas? O que significa linguagem acessível?

Começamos nossa investigação, buscando descobrir o tratamento que é dado a teorias ou a fatos complexos no discurso da auto-ajuda, objeto de estudo. Conforme esclarecimentos anteriores, reafirma-se que o discurso da auto-ajuda

²⁷ Os resultados da pesquisa realizada pela revista *Veja* são apresentados e analisados, na presente tese, para verificar o papel da mídia impressa de massa na organização do discurso da auto-ajuda, pois, como se verificará mais adiante, a auto-ajuda é alimentada, principalmente pela mídia impressa de massa.

“*des-teoriza*” a ciência, a filosofia e a religião. Entretanto, por ser escrito, pode ser considerado como gênero secundário e, por isso, mais complexo.

As discussões sobre gêneros secundários, para Bakhtin (1997, p. 295), passam pelo gênero retórico em que um autor recorre a um diálogo que garante uma autonomia ao escritor, pois permite a ele que faça perguntas que são, em seguida, respondidas por ele mesmo. De certa forma, predomina uma autonomia do escritor.

[...] nos limites de um enunciado, o locutor (ou escritor) formula perguntas, responde-as, opõe objeções que ele mesmo refuta, etc. Porém esses fenômenos não são mais que a simulação convencional da comunicação verbal e dos gêneros primários do discurso. É um jogo característico dos gêneros retóricos (que incluem certos modos de vulgarização científica) [...].

Nas obras objeto de análise, verifica-se o gênero retórico:

A vida dos seres humanos, na maioria das vezes, é orientada para a pessoa receber do pai um abraço que não conseguiu quando criança, de modo incondicional, simplesmente pelo fato de ser um filho, de existir. Muitas vezes, carreiras que poderiam ter sido brilhantes vão desmoronando por falta de estímulos. Muitas vezes, carreiras que poderiam ter sido brilhantes vão desmoronando por uma cenoura colocada suspensa em uma vara, na frente. Caminham o tempo todo e, freqüentemente, nem chegam a comer a cenoura... (andando atrás de um vislumbre de reconhecimento). São pessoas que colocam um objetivo lá na frente, sem valorizar o prazer de viver. Esse objetivo pode ser uma situação na qual vão receber uma tonelada de carícias, por ter atingido o alvo. Outras vezes, não recebem as carícias por não terem conseguido atingir o objetivo (SHINYASHIKI, 1985, p. 31).

No excerto, a temática tratada é a relação do homem com padrões de afeto, de carícias e de estímulos, questões próprias da psicanálise que são generalizadas no discurso de Shinyashiki. A explicação para os temas é feita por meio de um texto alegórico agressivo, comparando o ser humano a um animal e julgando negativamente a atitude do sujeito. A discussão científica passa pelo crivo

do autor que encaminha o problema por meio de uma figurativização para que o entendimento do leitor seja facilitado, garantindo a facilidade e a acessibilidade do discurso. Assim, as *teorias* apresentadas no *corpus* seguem as regras e se apresentam como herança das teorias que lhes deram origem, por isso, não se prendem a ideologias do cotidiano, mas a ideologias formalmente constituídas.

Buscamos, entender, ainda, o que a mídia chama de linguagem acessível. Consideramos a ausência de emprego de terminologia específica, própria das diversas áreas de conhecimento – o que se produz por meio das apropriações empregadas por Shinyashiki e lhe confere autoridade. Nesse sentido, o interlocutor dispensa consultas a dicionários ou glossários.

Além da terminologia, freqüentemente, são citadas frases feitas ou ditos populares, conhecidos nacionalmente, transmitidos de geração a geração com o passar dos anos. O discurso da auto-ajuda beira, portanto, o senso comum que é considerado como os saberes que se constituem na relação dos sujeitos, por meio de gêneros discursivos primários em situações de informalidade, se observada a ótica bakhtiniana²⁸.

A auto-ajuda é constituída por um discurso prescritivo, por isso não demanda, de seu leitor, reflexões, mas práticas, pois não vislumbra outra alternativa a não ser a enunciada pelo autor. Indica, ao interlocutor, passo a passo, a sua conduta, com todos os esclarecimentos necessários ao cumprimento das *ordens*, ou *sugestões*, o que garante o sucesso ou a felicidade. A auto-ajuda, portanto, coloca-se como um discurso único que habilita o sujeito leitor a se superar, a se autoconhecer, indicando-lhe os caminhos e treinando-o para as realizações

²⁸ Há outras concepções de senso comum, mas a apresentada é fundamentada pela perspectiva teórica adotada na presente tese.

peçoais e profissionais. A partícula grega “auto” produz o sentido do sujeito realizar-se por si mesmo²⁹. Na auto-ajuda, a autonomia do sujeito passa pela prescrição e orientação do discurso da auto-ajuda, por isso, trata-se de um discurso autoritário. O não cumprimento das prescrições gera punições:

Um jeito interessante de educar os filhos é pensar que suas necessidades solicitam uma combinação de estrutura e afeto.

É importante que os pais saibam criar uma estrutura de proteção para os filhos, incluindo preservação da saúde, alimentação, repouso, aprendizado e resolução de crises.

Existem coisas que a criança precisa saber, tais como:

Escovar os dentes;

Ter horário e local para estudar;

Cuidar para não quebrar as coisas;

Aprender a conversar, saber se colocar respeitando os outros;

Cuidar de seus brinquedos, de suas roupas, do material escolar;

Ter tempo para repouso e alimentação;

Sem tais limites, a criança desenvolve a imagem de que é a dona do mundo, e, a cada vez que algo a contraria, tende a agir como ditadora. Ela vai sofrer muito por não saber elaborar as frustrações que a vida lhe apresentará a toda hora (SHINYASHIKI, 1992, p. 27).

O autor inicia o enunciado, empregando a expressão popular “um jeito”, o que representa uma facilidade para o interlocutor porque não se vê acuado ou obrigado a concordar com o autor inicialmente, pois o emprego do discurso do *sujeito experiente*, enunciando de um lugar reconhecido socialmente, o de terapeuta, não parece uma ordem ou obrigação, mas o discurso de alguém que aconselha ou que dá uma sugestão, porque tem méritos. Em seguida, apresenta

²⁹ Ao afirmar que o discurso da auto-ajuda é prescritivo, o leitor pode se questionar sobre o porquê da denominação *auto-ajuda*, no sentido literal do termo *auto* de que se trata de um discurso em que o sujeito não necessitaria de um discurso alheio para se conhecer, mas de uma iniciativa própria. Na presente tese, considera-se a enunciação da auto-ajuda como um *tema*, conforme concepções de Bakhtin/Volochinov (2002). O autor afirma que o *tema* é a expressão de uma situação histórica concreta que deu origem a uma enunciação, que vai além dos aspectos morfológicos, sintáticos ou sonoros, diferentemente, da *significação* que trata de um aparato técnico, constituído exclusivamente por formas lingüísticas que entram na enunciação, para a realização do *tema*. “O tema é um sistema de signos dinâmico e complexo, que procura adaptar-se adequadamente às condições de um dado momento da evolução” (BAKHTIN, VOLOCHINOV, 2002, p. 129). O discurso de auto-ajuda analisado aqui é considerado como um *tema* e cria uma imagem de dependência do sujeito em relação a um sujeito e/ou discurso profissional. Assim, a *significação* não é adotada para as análises por restringi-las ao sistema da língua, ou seja, à investigação da palavra dicionarizada.

uma série de condutas que os pais devem usar para educar os filhos. A punição para as práticas não seguidas é a formação de um filho frustrado e incapaz de lidar com as situações do dia a dia. Dessa forma, o leitor não observa outras formas de refletir sobre a educação dos filhos, pois todo o enquadramento produzido pelo discurso do autor não lhe abre outras saídas.

A auto-ajuda também garante a acessibilidade por meio da aproximação dos textos de Shinyashiki com a modalidade oral³⁰. Na obra de Shinyashiki, observa-se uma característica de textos orais, no tocante à discussão sobre tópico discursivo. Fávero (2001, p. 38) afirma que “[...] o tópico (discursivo) pode ser entendido como aquilo acerca do que se está falando”, ou seja, o assunto ou tema da conversa. O processo de interação entre os sujeitos produz um sentido, por meio de uma co-participação entre os falantes que, a princípio, possuem um objetivo comum. Os aspectos de manutenção de um tópico na conversa e a introdução de informações novas são estudados na organicidade do tópico discursivo, que pode ser *contínua* – quando um tópico se constitui por uma introdução, um desenvolvimento e uma saída, sem inserção de informações novas -, ou *descontínua* – quando há inserção de outros tópicos antes do precedente ter se esgotado. O discurso da auto-ajuda analisado é apresentado por meio de tópicos discursivos contínuos, caracterizados pela repetição. Na obra *A carícia essencial*, por exemplo, o autor trata o tópico *carícias* e, no decorrer de todo o texto, por meio de descrições, argumentações e exemplificações, faz esclarecimentos sobre o referido tópico, como no capítulo seguinte:

³⁰ As questões relativas à oralidade – nesta tese somente a discussão sobre tópico discursivo - são fundamentadas em: FÁVERO, Leonor Lopes. O tópico discursivo. In: PRETTI, Dino (Org.). *Análise de textos orais*. 5. ed. Humanitas FFLCH/USP, 2001. cap. 2, p. 33-54.

Realmente, Eu Não Sou Como Antigamente. Que Bom!!!

Quando alguém inicia um processo de mudança, inicia sempre uma transformação no tipo de carícias que dá e recebe.

Portanto, muitas vezes, esse processo significa mudar as pessoas do seu círculo social ou mudar a maneira de relacionar-se com essas pessoas. Afinal de contas, não se deve esperar laranja de um pessegueiro! (A menos que se queira sofrer!)

Pêssegos são muito saborosos, e nós sempre temos a opção de procurar laranjeiras se realmente fizermos questão de laranjas.

É importante que saibamos que existem outras pessoas para nos dar os estímulos de que estamos precisando.

Ou mesmo:

Que podemos pedir um outro tipo de carícia para as pessoas que estão ao nosso redor, de uma nova maneira.

Afinal de contas, decepcionar-se é opção de cada um de nós.

Como dizem os orientais:

Você nunca se decepciona com o outro. Você, quando se decepciona, o faz com você mesmo, por não saber respeitar as possibilidades do outro.

Você sempre sabe o que esperar do outro; é uma decisão sua esperar algo que ele não tem para dar a você.

Esteja consciente de que sua mudança vai afetar os outros, mas não deixe que as reações dos outros sejam desculpas para você retroceder no seu crescimento.

Você só pode ter certeza de uma companhia na sua vida: você!

Somente você está presente em sua vida, todo o tempo.

Por isto é importante que essa convivência seja muito agradável (SHINYASHIKI, 1985, p. 110).

O tópico do capítulo é a influência de carícias num processo de transformação, mudança do sujeito. O autor faz a apresentação do texto – primeiro parágrafo – tratando da discussão que fará. Em seguida, por meio de uma comparação do sujeito com um pessegueiro ou com uma laranjeira, comenta os resultados da opção desse sujeito caso se decida mudar ou não, em função das carícias que dará ou receberá. Na seqüência, Shinyashiki faz uso de um discurso oriental apropriado “Você nunca se decepciona com o outro”, motivando o sujeito a se conhecer a e a mudar, por meio de concessão de carícias. Encerra o texto, colocando nas mãos do leitor a decisão da mudança. Shinyashiki não altera o tópico discursivo *carícias*, recorre significativamente a subtópicos – o que torna o texto repetitivo – mas auxilia o entendimento do leitor médio pressuposto pela auto-ajuda.

A estratégia discursiva do autor é a mesma, nas demais obras analisadas, talvez por imaginar seu interlocutor como alguém que necessita de muitos esclarecimentos e diversificados que o auxiliam no entendimento do texto.

Os comentários de Shinyashiki são seguidos de resumos ou de frases curtas, destacados em negrito ou com letras maiúsculas, talvez também com a intenção de auxiliar o leitor a se lembrar da discussão ou receita ou mesmo memorizá-las.

Os capítulos dos livros apresentam muitos subtítulos, são de extensão variada.

Quadro 4 Composição dos capítulos no *corpus*

A carícia essencial É composta por 160 páginas, divididas em 58 capítulos, compostos de 1 a 5 páginas.
O sucesso é ser feliz É composta por 198 páginas, divididas em 10 capítulos. Os capítulos são compostos de 3 a 78 páginas.
O poder da solução É composta por 198 páginas, divididas em 14 capítulos. Os capítulos são compostos de 6 a 62 páginas.
Pais e filhos: companheiros de viagem É composta por 127 páginas. Não há marcações de capítulos, divididas de 1 a 3 páginas.
Sem medo de vencer É composta por 146 páginas, divididas em 5 capítulos e cada capítulo é subdividido em 8 ou 9 partes. Os sub-capítulos são compostos de 2 a 21 páginas.

A análise do *corpus* refuta a crítica veiculada pela mídia impressa de massa quanto à extensão dos capítulos dos livros de auto-ajuda. Enquanto a mídia afirma que os capítulos dos textos de auto-ajuda são curtos, observa-se que, nas obras de Shinyashiki, não há uma sistemática.

Os períodos, no *corpus*, são curtos, com uso excessivo de pontos finais, a linguagem é acessível a um público leitor médio, tanto pelo léxico, quanto pelas estruturas sintáticas curtas e diretas. No *corpus*,

(a)

Mas, como diz o ditado popular, “quem nasce rei não perde a majestade”, por isso, um dia, inevitavelmente, todos tomam consciência de sua luz interior.

Quando as pessoas descobrem a beleza que carregam na alma, logo se dão conta das infinitas possibilidades de transformação que podem realizar em suas vidas. Ao olhar para dentro de si e descobrir sua força, deixam de viver como escravas e imediatamente assumem sua grandeza, abrindo a porta da gaiola onde vivem e voando por todo o universo (SHINYASHIKI, 1997, p. 20).

(b)

Sempre que você se sentir rodeado de dúvidas, enxote-as com firmeza. Raramente, elas estão ali para ajudá-lo (SHINYASHIKI, 1993, p. 46).

(c)

O organismo vai sempre procurar minimizar uma perda, seja qual for. Vamos ver como funciona esse mecanismo adaptativo no que diz respeito à falta de carícias.

A evolução relativa à falta de carícias será assim:

fome natural
de carícias

fome alta
de carícias

indiferença
às carícias

rejeição
às carícias (SHINYASHIKI, 1985, p. 98).

notamos, no trecho (a), o uso de um dito popular: “quem nasce rei não perde a majestade”. Por esse fato, comprovamos a acessibilidade e a popularidade da linguagem empregada na elaboração do enunciado.

Observa-se, ainda, na letra (a), segundo parágrafo citado, uma retomada da argumentação anterior, para explicitá-la, esclarecê-la: no primeiro

parágrafo, o autor chama a atenção para o provérbio e, no segundo parágrafo, esclarece o provérbio em contexto contemporâneo.

É preciso discutir ainda o contexto concreto, construído pelo autor, no trecho (a): toda temática é transformada em figuras: escravas / grandeza (no sentido de majestade) / gaiola / vôo (no sentido de pássaro). A discussão sobre a tomada de consciência é, no trecho (a), materializada pelo emprego de figuras, que *ilustram* o texto e facilitam o entendimento do leitor.

No tocante às construções sintáticas, analisamos a extensão dos enunciados – geralmente curtos, muito pontuados, o que permite uma condução, uma orientação da leitura e a sugestão de uma prática. Além disso, verificamos o emprego repetitivo de ordem direta – um sujeito acompanhado de verbo e de seus complementos, na maioria das construções.

A luta pela sobrevivência está brutalizando o ser humano. As pessoas vivem extremamente pressionadas. A competição tem servido como justificativa para todos os tipos de absurdos. Milhões de anos depois do homem das cavernas, a vida continua sendo um campo de batalha. As pessoas destroem a si mesmas e aos outros para atingir suas metas. A maneira como constroem seu sucesso é agressiva, e a vitória é saboreada solitariamente, devido ao medo dos adversários (SHINYASHIKI, 1997, p. 21).

O parágrafo, apresentado em 8 linhas, divide-se em 6 períodos, sendo 4 simples e dois compostos por coordenação, apontando-nos a independência sintática de uma oração em relação à outra. Os enunciados mais curtos e bastante pontuados produzem sentidos fragmentados e repetitivos – não somente de palavras, mas também de temas: “a luta pela sobrevivência está brutalizando o ser humano” / “[...] justificativa para todos os tipos de absurdo” / “[...] a vida continua sendo um campo de batalha”; para tratar a temática homem e relação simbólica

violenta com a vida, o autor emprega o discurso da guerra: “luta”, “campo de batalha”, “vitória”; o discurso do jogo e da competição: “competição”, “vitória”, “adversários”; e o discurso do trabalho: “atingir metas”, “constroem o sucesso”.

O discurso *contempla* somente a perspectiva que se processa pela imagem que o autor faz da relação do homem contemporâneo com a vida; este passa a *assistir* ao que é apresentado, em minúcias, pelo autor. O interlocutor tem, como postura, uma atitude de relaxamento diante do discurso.

São apontadas, ainda, pela crítica da revista *Veja* (13/11/2002), as metáforas e as comparações que sintetizam os sentimentos que a maioria das pessoas não consegue articular. Na auto-ajuda, são apresentadas situações difíceis, mas o bom astral é *prescrito* para elas. Há acentuadamente o uso de frases ternas e, em alguns casos, elas são associadas a fotos divertidas de animais (é o caso de Bradley Trevor Greive com o *best-seller Um dia daqueles*). As metáforas e as comparações são encontradas em Shinyashiki (1997, p. 164): “Precisamos ser firmes como o carvalho e flexíveis como o bambu. Sábio é quem tem, ao mesmo tempo, a firmeza de uma montanha e a fluidez da água”. Inicialmente, observamos as oposições “firmeza” e “fluidez”, representando um valor que deve constituir o sujeito contemporâneo: a flexibilidade que gera a sapiência. O discurso de Shinyashiki propõe ao sujeito uma reflexão por meio de valores opostos, sabendo estabelecer pontos de equilíbrio para superar os desafios que a vida lhe impõe. O sujeito se constitui pela imagem da competência, da autocentração e do equilíbrio, conforme modelo de homem e de trabalhador, discutido por Martelli (2004). As comparações vão sendo apresentadas, no texto, com o uso recorrente de elementos da natureza, como formas de solução dos problemas. A discussão nos remete a um

discurso naturalista, muito recorrente na sociedade atual, coincidindo, ainda, com as questões de uma medicina alternativa, de origem oriental.

A crítica da mídia – revista *Veja* (13/11/2004) – destaca o emprego do discurso místico e de controle da mente que compõem a auto-ajuda. Ainda, numa simplificação de teorias, observa-se uma discussão filosófica sobre a natureza da “boa vida” e os caminhos que levam a ela.

No *corpus*, discutir a composição dos textos de auto-ajuda é tratar da apropriação de discursos multidisciplinares que vão desde a filosofia, a mitologia, passam pela medicina hindu e crenças orientais e produzem o senso comum. Qualquer interlocutor, por meio da auto-ajuda, passeia pelas generalizações e apagamentos das teorias mais complexas, sentindo-se capaz de se formar em meio a um discurso vulgar – senso comum:

Há uma história que ilustra bem o que é ter capacidade de estar em paz consigo mesmo. Conta-se que certo dia um grupo de pessoas raivosas se aproximou de Buda e começou a ofendê-lo. A cada impropério que elas diziam, Buda perguntava: “E do que mais vocês não gostam em mim?” Depois da nova ofensa, ele olhava as pessoas com maior interesse e ouvia tudo num silêncio respeitoso, até que após algum tempo disse ao grupo: “Vocês me desculpem, eu preciso sair porque tenho um compromisso. Mas gostaria de marcar um outro encontro com vocês amanhã para que continuem a desabafar.”

As pessoas ficaram surpresas e uma delas perguntou: “Buda, o que está acontecendo? Nós o estamos ofendendo há algumas horas, você nos ouve com o maior interesse e ainda pede que voltemos amanhã para continuar com nossas ofensas? Pensamos que você fosse brigar conosco”.

Buda então respondeu: “Vocês chegaram dez anos atrasados. Antes eu realmente reagia ao que as pessoas faziam ou diziam. Mas agora consigo agir baseado em minha consciência, e não nas ações dos outros”.

Eu sei que você não é Buda para ter tanto autocontrole e tanta presença de espírito! Mas pode procurar ser mais sensato, por mais estressante que a situação seja. Não tenha a ilusão de que machucar alguém diminuirá sua dor! Não pense que culpar os outros diminuirá a sua responsabilidade pelos problemas! Sempre que você tiver vontade de gritar ou de brigar com alguém, lembre-se de que isso lhe trata novos problemas. Talvez a solução seja apenas ouvir tudo com calma e depois tomar uma decisão, emitir uma opinião (SHINYASHIKI, 2003, p. 46-47)

Shinyashiki insere, em seu texto, o discurso de Buda, por meio de uma lição de religião, uma lição de moral. Emprega aspas e reproduz literalmente a fala de Buda, o que garante autoridade ao discurso³¹. O discurso de Buda é proferido de um lugar reconhecido – religião budista – e encontra significativos adeptos no Brasil, enquanto religião alternativa. No excerto, observa-se o discurso de dois autores de auto-ajuda que tematizam a racionalização dos sentimentos do sujeito, não exteriorizando o tema nestes termos – racionalização de emoções – mas contando histórias já ocorridas com Buda, como forma de exemplificar – e facilitar o direcionamento do leitor para as receitas que são dadas posteriormente – “pode procurar ser mais sensato” e “Talvez a solução seja ouvir tudo com calma”. Ambos discursos são constituídos por meio de senso comum, próximos a diálogos orais, estabelecidos entre companheiros, sem sistematização de uma ciência ou religião. Emerge, do discurso de Buda, o *sujeito sábio*, pois mostra que já viveu a situação e aprendeu com ela, sendo *experiente* para tratá-la. O mesmo ocorre com Shinyashiki, que demonstra estar habilitado a aconselhar .

Por fim, a crítica da revista *Veja* afirma que os textos de auto-ajuda são permeados de intertítulos ou frases que resumem a idéia a ser transmitida e vão desde manuais de etiqueta, manuais de negócios, livros motivacionais, livros de frases altruístas que remetem a épocas de crise e de mudança de comportamento. No *corpus*, objeto de estudo, confirma-se o uso freqüente de subtítulos. A recorrência se faz conforme constituição do capítulo sétimo, intitulado *As verdades sobre a vida que a gente esquece*, parte do livro *O sucesso é ser feliz* (SHINYASHIKI, 1997):

³¹ Não é recorrente no *corpus* o emprego de citações literais, o *estilo linear* (BAKHTIN;VOLOCHINOV, 2000).

A vida é cíclica. (p. 160)

.....
A vida traz dentro de si grandes turbulências. (p. 161)

.....
Sua vida é consequência do que você é (p. 163)

.....
Há coisas na vida que devem ser questionadas; outras, simplesmente
aceitas (p. 163).

.....
As dificuldades repetem-se até que se aprenda a lição. (p. 165)

.....
A ambivalência faz parte da vida (p. 167).

.....
Infinitos caminhos podem levar ao mesmo lugar (p. 168).

É preciso salientar que Shinyashiki apresenta o capítulo sétimo desenvolvendo o tema *vida*, e cada comentário que faz funciona como um subitem de capítulo, precedido por uma frase feita, conforme exemplos anteriores. É como se as frases prontas funcionassem como preces que devem ser decoradas, memorizadas.

No *corpus*, os subitens não são numerados, possuem destaque em negrito ou em letras maiúsculas. Observamos que Shinyashiki alterou as formas de divisão dos seus textos com o passar do tempo. Seu primeiro livro *A carícia essencial* (1985) apresenta 58 capítulos, desenvolvidos em 161 páginas. Não há subtítulos. A publicação seguinte, *Pais e filhos: companheiros de viagem* (1992), possui 54 capítulos em 129 páginas. Neste texto, não se consegue diferenciar capítulo de sub-capítulo. Em *Sem medo de vencer* (1993), há cinco capítulos, com 34 subtítulos. Em *O poder da solução* (2003), encontramos 14 capítulos, em 199 páginas e também não encontramos subitens. Quanto à estruturação dos textos de auto-ajuda, nota-se que a articulação entre as partes, apesar de tratarem do mesmo tema, do mesmo tópico, não estabelece uma continuidade, isto é, o conjunto dos subtítulos e capítulos não tem uma progressão textual. Por isso, é possível ler

trechos dos livros, independentemente de uma ordem numérica de capítulos ou páginas.

Podemos afirmar que o discurso da auto-ajuda veicula valores e concepções de mundo, a partir da apropriação e do silenciamento dos preceitos dos discursos religioso, científico e filosófico, compondo uma interdiscursividade.

O discurso religioso apropriado por Shinyashiki surge, na auto-ajuda, como conforto, alento para as aflições. Notamos que, uma vez que não há respostas científicas para todas as questões relacionadas às condições humanas, talvez uma explicação metafísica satisfaça as necessidades da sociedade contemporânea.

Viver

Tempos atrás, você era um anjo que vivia no paraíso. Era mais ou menos como um atleta sentado no banco de reservas querendo participar da partida. De repente, você olhou para o planeta Terra e viu que o jogo estava difícil, o resultado era negativo, e então pediu ao Grande Técnico uma oportunidade para vir a Terra ajudar o time.

Agora você está em campo, disputando a partida da sua vida. Você se lembra do seu objetivo existencial? O Técnico continua dando as orientações, mas será que você as está seguindo?

Dentro de alguns anos, quando voltar para o vestiário e encontrar o Grande Técnico, ele vai lhe perguntar: "Como é que foi? Conseguiu realizar sua missão?"

Qual será sua resposta?

"Não, simplesmente fui mais um que viveu frustrado."

Ou você vai poder encará-lo e dizer:

"VIVI E FUI FELIZ! COM MINHA FELICIDADE CONTRIBUÍ COM MAIS LUZ PARA O PLANETA."

Certamente, Ele vai recebê-lo com um sorriso de parabéns, um abraço carinhoso e se sentirá muito orgulhoso de você.

Não seja mais um frustrado. O mundo está repleto de seres infelizes. O universo precisa de muita luz. Algo que somente a alegria pode criar.

Deus é muito meu amigo, nós conversamos todos os dias. Ele sempre me orienta, e Seus conselhos apontam na direção da felicidade, trazendo um alto-astrol a minha vida. Como eu acredito Nele! (SHINYASHIKI, 1997, p. 28-29).

Nota-se a seleção lexical do texto – voltada a um jogo, em que o jogo é a vida, os jogadores são os seres humanos e o técnico é um deus – não fica claro que deus é este, por isso, não restringe um público. Ressalta-se, entretanto, uma

questão de espiritualidade, de um ser superior que orienta os procedimentos humanos. Mas o que é enfatizado mesmo pela auto-ajuda? Que o sujeito precisa conhecer-se? Mas como fica esse autoconhecimento se devemos ser guiados por um ente superior, por um espiritualismo? O fato de o autor afirmar categoricamente que acredita em um deus produz uma imagem sua junto ao sujeito leitor. Shinyashiki é conhecido nacionalmente, é médico psiquiatra, possui, então, uma argumentação de autoridade dupla: uma oriunda da medicina e outra oriunda da sua crença em dada religião. Existe, nesse sentido, uma resposta positiva do público-leitor, no sentido de acreditar no discurso de Shinyashiki. O discurso médico e o discurso religioso são discursos institucionais efetivamente reconhecidos pela sociedade brasileira. Nossa sociedade é religiosa, dado o sincretismo observado em todas as regiões brasileiras e também pela expansão dos templos religiosos. Além disso, também o discurso médico é legitimado na sociedade, pois retrata a *verdade* da ciência. Shinyashiki, mostrando-se religioso e responsável com o seu ofício, constrói uma imagem de sujeito bem direcionado, honesto, crente, equilibrado e ponderado, ou seja, o que todo brasileiro ou ser humano gostaria de ser / ter. Enfatiza que toda mudança ocorre em função dos atos do próprio sujeito e de condições impostas pela vida. A felicidade e o sucesso são decorrentes de muito trabalho e dedicação, diante dos desafios que surgem:

Os campeões sabem manter-se **motivados** quando parece que tudo ao redor está desabando [...]

.....
Campeão é aquele que mantém a **concentração** mesmo quando os resultados não são os esperados.

.....
Olhe para si mesmo e perceba quantas coisas lindas você tem. Seja a **solução** para as dificuldades que aparecem na sua vida.

.....

Lembre-se de que **as coisas mais importantes da vida são de graça**: um abraço do seu filho, o olhar da pessoa amada, um beijo carinhoso do seu pai, o almoço caprichado da mãe. Tudo isso é de graça.

.....
A **fé** é o melhor alimento dos campeões.

Ter fé é acreditar na vida [...]

Ter fé é acreditar na sua capacidade [...]

Ter fé é acreditar em Deus [...]

.....
E lembre-se: por pior que seja o dia de hoje, **sempre existe um amanhã** (SHINYASHIKI, 2003, p. 190-198 – grifos nossos).

As palavras-chave que caracterizam a felicidade e o sujeito, na auto-ajuda, são a motivação para a vida, o discernimento para a solução de problema, a observação das coisas simples, a fé e a certeza do amanhã, conforme Brunelli (2004). Em todos os casos, o sujeito tem que racionalizar as suas emoções e saber direcionar os seus sentimentos para os padrões sociais estabelecidos que prometem a felicidade.

Também o discurso econômico é apropriado pelo discurso da auto-ajuda, promovendo uma polêmica. Os autores tentam argumentar que a felicidade está relacionada ao autoconhecimento. É preciso conhecer-se para ser feliz, independentemente da sua condição financeira:

Nossas riquezas ultrapassam o lado material. Elas existem em infinitas dimensões. Muitas pessoas enxergam nelas unicamente bens materiais, algo que exige capacidade para conquistar. Mas é importante que estejamos preparados para extrapolar qualquer limitação do que seja riqueza. As pessoas vivem tão obcecadas por dinheiro, sexo e poder que se esquecem de viver (SHINYASHIKI, 1997, p. 24).

É imprescindível salientar que a imagem produzida pela auto-ajuda é uma contraposição entre os aspectos materiais e espirituais, como se aqueles fossem a perdição do homem e estes, a salvação. Como se aqueles gerassem a infelicidade e estes, a felicidade. Mesmo na apresentação do discurso econômico

apropriado, notamos uma acentuada presença do discurso religioso, mesmo que de maneira banalizada. Mas, então se deve questionar como o sujeito pode deixar de se relacionar com o dinheiro, com o sexo e com o poder, vez que esses fatores refletem a condição humana. O autor afirma que a nossa riqueza ultrapassa o lado material; recorre, assim, a algo supramaterial. A tentativa de cercear a ambição, a construir um conforto para os menos afortunados e até um conformismo, permite-nos afirmar que é a tentativa de manter uma situação social *tranqüila*, bem aos moldes do status quo.

Por fim, encontramos o discurso didático apropriado pela auto-ajuda, em forma de normas e receitas, as quais devem ser cumpridas pelo sujeito. Trata-se de um discurso de orientação, de esclarecimento e de condução. São as formas do *como* fazer, como ser, como agir. O discurso apresenta-se numa abordagem comportamentalista, no sentido de que se o sujeito não cumprir uma regra, será punido; e, ao contrário, se obedecê-la, será recompensado com o sucesso, a felicidade e a vitória. Extraímos, a seguir, do texto de Shinyashiki, algumas receitas:

(a)

Aprenda a aceitar a liberdade das outras pessoas. Se você quer ser livre, dê e aceite a liberdade dos outros (1997, p. 177).

.....
Lambuze-se de vida. Não coma a vida com garfo e faca, lambuze-se (1997, p. 181).

.....
Não deixe sua vida ficar muito séria. Viva como se estivesse num jogo, saboreie tudo o que conseguir, as derrotas e as vitórias, a força do amanhecer e a poesia do anoitecer (1997, p. 182).

.....
Relaxe, como está na Bíblia, e viva um dia por vez. (1997, p. 197)

(b)

Com paciência e perseverança, cada coisa acontecerá quando chegar o seu momento.

Não convém nem acelerar descompassadamente, nem adiar utopicamente... É preciso contribuir para que tudo aconteça no devido tempo.

Assim é com seus filhos... assim é com os seus pais... (1992, p.19).

A análise apresentada anteriormente permite observar os valores que estão sendo constituídos socialmente e que possibilitam que o discurso da auto-ajuda se estabeleça (e venda) como uma alternativa de ação de um sujeito sobre uma situação. Não estamos afirmando que seja uma atitude ativa do sujeito, mas uma atitude guiada, orientada por discursos proferidos de lugares sociais reconhecidos, todavia apropriados e constituídos pela banalização científica, filosófica e religiosa. Podemos afirmar que a auto-ajuda não possibilita a reflexão, mas conduz a uma ação; é dependente do sujeito leitor, por meio de parâmetros fixados socialmente. Assim, o sujeito postulado por ela é um sujeito que se constitui, primordialmente, por discursos da comunicação de massa, por discursos médicos, religiosos, mitológicos, psicanalíticos, econômicos, enfim de diferentes áreas de conhecimento, apropriados e produzidos por meio de generalizações e banalizações:

O saber perde então a sua condição de “valor de uso” e passa a ser avaliado como algo que existe para ser vendido e que também existe para ser consumido com vistas a uma nova produção. Fornecedores e usuários do conhecimento passam a ter uma relação com o saber como “valor de troca”. [...] O saber não está desvinculado da questão maior do poder econômico e político, em suma, ele é a moeda que define na cena internacional os jogos de hegemonia (entre nações, entre as empresas multinacionais) (LYOTARD, 1998, p. 129).

Observa-se que os discursos buscam um consenso e operam na construção de um corpo social que responda às prescrições e aos receituários do que deve ser o sujeito – ensimesmado, mas esperançoso com a possibilidade do conhecimento capaz de transformar.

Nas considerações deste capítulo, procuramos demonstrar que o discurso da auto-ajuda de Shinyashiki é um enunciado, cujo sentido emerge da própria relação entre locutor e interlocutor, num dado momento histórico-social, alimentado, principalmente, pela mídia impressa de massa. O discurso, dirigido em especial, para um entendimento formatado nos moldes da cosmovisão da classe média, apregoa a realização pessoal, individual, tomando por base um conceito de sucesso e felicidade, ao mesmo tempo em que prescreve as *performances* necessárias para alcançá-los. Manual de comportamento e ações práticas, o discurso de auto-ajuda constitui-se a partir de um cenário social estratificado, hierarquizado, que impõe modelos de felicidade e sucesso. Para a produção do discurso, o sujeito autor, constituído também por esse mesmo cenário social, o faz baseado na cultura de massa, ao mesmo tempo em que se apodera das vozes dos discursos considerados, socialmente, como elitizados (filosofia, administração, religião, medicina, mitologia etc). Para que a multiplicidade de vozes possa aparentar ser uma única voz, como condição de garantia da generalização e contemplação de todos os tipos de leitores, as vozes dos discursos apropriados, na auto-ajuda, são recortadas e reorganizadas, para compor um grande todo, uma espécie de bricolagem, evidenciando o *estilo pictórico*, apresentado por Bakhtin/Volochinov (2002), e constituindo os discursos do *sujeito sábio* e do *sujeito experiente*. Como o leitor da auto-ajuda de Shinyashiki, indivíduo médio desse cenário social, está familiarizado com a idéia de que o homem contemporâneo é generalista, não lhe parecerá estranho e nem forçoso acreditar que o sujeito autor possa falar dos inúmeros temas, como o faz. Motivado a *reajustar-se* aos quadros sociais, depois de ter sido levado a crer-se desajustado, o interlocutor de

Shinyashiki, está apto a aceitar o discurso que o instrumentaliza para a competição característica da sociedade em que vivemos (Bosco, 2001; e Martelli, 2004).

Discurso tecido para racionalizar a emoção, o discurso de auto-ajuda de Shinyashiki emerge simplificando vozes e conteúdos. Para que possa operar no interlocutor e produzir a responsividade, o discurso é constituído para um sujeito que quer reconhecer-se em seu tempo e lugar. Construindo-se historicamente, cabe-lhe aceitar as dicas e receitas, tão comuns numa sociedade de “faça você mesmo”, para a obtenção de felicidade e sucesso. O sujeito, com relativo acesso aos discursos da cultura de massa, reconhece, no discurso de Shinyashiki, o que se lhe assemelha a verdades e dogmas. A resposta que lhe cabe, por direito dialógico, pode confirmar sua adesão ou não ao referido discurso. Porém, considerando-se o interlocutor médio, constituído mais pelos valores de troca, que pelos valores de uso, conforme Lyotard (1998), é de se acreditar que as estratégias do discurso de auto-ajuda de Shinyashiki possam, então, sensibilizar o interlocutor e levá-lo a crer na eficácia da auto-ajuda.

3 GÊNEROS DO DISCURSO

O objetivo deste capítulo é discutir o gênero auto-ajuda, por meio de concepções bakhtinianas sobre os gêneros discursivos, recorrendo, ainda, aos estudos do capítulo anterior sobre discurso e sujeito, por serem aspectos indissociáveis. Conforme Fiorin (1990), o estudo dos gêneros deve levar em conta uma teoria do discurso.

Partindo da imagem da mídia impressa de massa, das perspectivas históricas, sociológicas e discursivas, confirmadas pelas três pesquisas acadêmicas (BOSCO, 2001; BRUNELLI, 2004; MARTELLI, 2004) e das críticas à auto-ajuda, anteriormente referidas, verificou-se a relevância da investigação do gênero, pelo estabelecimento de um fenômeno e pela possibilidade de discussão da temática numa perspectiva dialógica.

Operado pelos recursos da língua, o possível *gênero* auto-ajuda reflete finalidades e condições das atividades humanas. Há tempos, na Antigüidade Clássica, Sócrates, com a máxima *Conhece-te a ti mesmo*, e outros estudiosos já nos apresentavam possibilidades de discussão sobre o autoconhecimento e a auto-ajuda. Entretanto, somente em 1859, foi oficialmente lançado o primeiro livro de auto-ajuda - *Self-Help* - do inglês Samuel Smiles (BIDERMAN, 2004). Como marco inicial do *gênero auto-ajuda*, foi objeto de estudo de diversas áreas do conhecimento como a psicologia do comportamento, a sociologia, a linguagem, dentre outras, cada qual com o seu respectivo foco. No decorrer da história, principalmente após a década de 20, o *gênero* constituiu-se a partir de uma multiplicidade de temas que se

apropriam dos discursos religiosos, didáticos, médicos, psicológicos, econômicos etc, conforme constatação no capítulo anterior no *corpus* desta pesquisa. Nos anos 40, muitos textos de auto-ajuda eclodiram, por exemplo, *O poder do pensamento positivo* de Norman Vincent. Desde aquele momento até os dias atuais, o gênero ganhou desdobramentos, de acordo com a mídia impressa de massa.

A jornalista Iara Biderman (2004), em reportagem publicada pela *Folha de São Paulo*, diz que *Self Help*, livro de Samuel Smiles, inaugurou, em 1859, a literatura de auto-ajuda e que, nos anos 40, ocorreu o chamado *boom* de vendas do gênero. Por outro lado, Marthe (2002), articulista da revista *Veja* de 13 de novembro de 2002, diz que a origem dos textos de auto-ajuda ocorreu, nos anos 30, com Dale Carnegie, que escreveu o livro *Como fazer amigos e influenciar pessoas*. Entretanto, independentemente da data de origem da auto-ajuda, o fato é que ela é divulgada mundialmente, conforme apresentação e comentários de dados constantes nas discussões anteriores. Para examinar o gênero, é apresentada uma reflexão sobre a teoria bakhtiniana de gêneros discursivos, para que sejam estabelecidas as concepções teóricas da análise do *corpus*.

3.1 REFLEXÕES SOBRE OS GÊNEROS DO DISCURSO

Nos dias atuais, as atividades humanas têm sido, como talvez nunca foram anteriormente, permeadas por uma infinidade de textos - sejam eles orais ou escritos - dados os paradigmas em todas as áreas do conhecimento e, principalmente, devido àqueles promovidos pela evolução tecnológica. Quantas vezes os sujeitos não se deparam com bulas, prescrições médicas, artigos

científicos, romances, anúncios publicitários, relatórios, contratos e ainda uma enormidade de tipologia de textos? É interessante a relação de naturalidade que os sujeitos estabelecem com os textos: conseguem prever, pela estrutura e pelo estilo, a possível temática. Os textos representam a articulação da linguagem com a vida, pois as necessidades dela os produzem - existe, então, uma relação de reciprocidade e de interação entre os sujeitos e entre os discursos. Maingueneau (2001) afirma que o gênero do discurso é cooperativo e regido por normas que devem ser obedecidas e a transgressão delas gera sanções. A inexistência de gêneros exigiria a criação de parâmetros a cada processo de fala, o que dificultaria e até impossibilitaria a comunicação verbal. Assim, conhecer os gêneros do discurso é saber identificar as formas de organização textual.

Nesse sentido, entendendo que “os gêneros são arranjos que dependem de fatores sociais, ou seja, dos efeitos de sentido valorizados num certo domínio por uma dada formação social” (FIORIN, 1990, p. 97), reforça-se a relevância da investigação sobre a natureza do *gênero auto-ajuda*, como forma de entendimento da própria sociedade e do sujeito, a partir da sua relação com a linguagem.

A abertura de uma categoria para o *gênero auto-ajuda*, pela mídia impressa de massa, no Brasil – jornais e revistas - mostra a popularidade e uma demanda social, pois, como afirma Bakhtin (1997, p. 279):

A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa.

Para examinar o gênero auto-ajuda e a atividade humana que exige a sua constituição, recorreremos à teoria bakhtiniana sobre gêneros do discurso que permite a discussão de uma multiplicidade de aspectos correlacionados à constituição da língua e do sujeito como aspectos indissociáveis. Ao caracterizar a atividade humana como inesgotável, o teórico traz à discussão o caráter inconcluso da língua: "ela [a língua] dura e perdura sob a forma de um processo evolutivo contínuo" (BAKHTIN, 1986, p. 108), por isto mesmo é um organismo vivo e dinâmico que se processa a partir da variedade das atividades humanas. Além disso, o autor enfatiza a constituição concreta, produzida numa relação dialógica, social, histórica da língua, porque uma palavra tem o seu sentido produzido a partir de um dado contexto, real, em comunhão, portanto, com outros interlocutores em determinados espaços sociais e tempos que a fazem constituir um ou outro sentido, conforme discussão anterior (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002). O gênero pode ser entendido como

[...] uma dimensão temporal, um uso. Os gêneros reportam-se às formas de uso das línguas e linguagens. O conceito de gênero é potencialmente a imagem de uma totalidade, onde os fenômenos da linguagem podem ser apreendidos na interatividade dos textos através do tempo, decorrente, sobretudo, dos vários usos que se faz da língua (MACHADO, 1997, p. 153).

Há a cooperação existente entre o tempo e o espaço como elementos indissociáveis na composição do gênero – novamente as questões de *cronotopo* que emergem na investigação sobre a auto-ajuda (BAKHTIN, 1993). Do mesmo modo que a língua, o sujeito, elemento essencial nesta discussão, é social, ideológico, inconcluso, sempre em busca de, num constante diálogo com o *outro*, uma vez que

o mundo interior e a reflexão de cada indivíduo têm um *auditório social* próprio bem estabelecido, em cuja atmosfera se constroem suas deduções interiores, suas motivações, apreciações etc [...] Na realidade, toda palavra comporta *duas faces*. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede *de* alguém, como pelo fato de que se dirige *para* alguém. Ela constitui justamente *o produto da interação do locutor e do ouvinte* (BAKHTIN, 1986, p. 112-113 - grifos do autor).

O êxito da interação verbal ocorre, em grande parte, devido ao conhecimento do sujeito em relação aos gêneros do discurso que são operados pelos recursos da língua.

Bakhtin afirma que "[...] cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso" (BAKHTIN, 1993, p. 279 - grifos do autor).

O que se pode compreender por "tipos relativamente estáveis de enunciados"? Um sistema de categorias de enunciados, pouco delimitado, sem demarcação estrita e rigidez? Brandão (2001) afirma que "um gênero não é uma forma fixa, cristalizada de uma vez por todas" e que, apesar de sua regularidade, os gêneros sofrem coerções desde aspectos sociais, culturais e estilísticos que os fazem mudar de uma categoria para outra. Articulado a discussão de Brandão e a perspectiva bakhtiniana, pode-se dizer, então, que os gêneros são organismos vivos. Além disso, Brandão enfatiza que os aspectos intragenéricos (a interdiscursividade dentro de um texto) e os intergenéricos (a heterogeneidade constituindo um texto a partir de vários gêneros) que dificultam uma tipologização discursiva.

Bakhtin (1997) admite a dificuldade da identificação dos gêneros dada a multiplicidade e a heterogeneidade deles, propondo, nesse contexto, a distinção entre *gêneros primários* (ou *simples*) e *gêneros secundários* (ou *complexos*), porque

ela permite conhecer a natureza dos enunciados. Os *primários* são aqueles constituídos a partir da relação do sujeito com situações do dia-a-dia, em ocasiões mais espontâneas, com interação imediata com a realidade, geralmente são orais. Os *secundários* são produzidos em situações de interação mais complexas, oriundos de instituições sociais, como o discurso de um romance, do teatro, da ciência etc. A formação do gênero secundário passa pela transmutação do gênero primário, apresentando-se, na maioria das vezes, na modalidade escrita e corresponde a categorias "válidas no plano da organização social e de sua história" (FAÏTA, 1997, p. 163). A subdivisão em gêneros primários e secundários mostra-se fecunda porque nos permite observar a heterogeneidade discursiva constituída tanto na vida como nos romances e a correlação entre estas duas instâncias.

Souza (2002), discutindo a constituição dos gêneros discursivos, a partir da leitura de Bakhtin sobre a poética de Dostoévski, trata o funcionamento destes:

- a) ao nascer, um novo gênero nunca suprime nem substitui gêneros já existentes;
- b) qualquer gênero novo nada mais faz que completar os velhos, apenas amplia o círculo de gêneros já existentes;
- c) cada gênero tem seu campo predominante de existência em relação ao qual é insubstituível;
- d) cada novo gênero essencial é importante, uma vez surgido, influencia todo o círculo de gêneros velhos: o novo gênero torna os velhos, por assim dizer, mais conscientes, fá-los melhor conscientizar os recursos e limitações, ou seja, superar a sua *ingenuidade*;
- e) a influência dos novos gêneros sobre os velhos contribui, na maioria dos casos, para a renovação e o enriquecimento destes.

Para além do funcionamento, o autor trata do surgimento dos gêneros discursivos, da correlação entre os *gêneros novos* e os *gêneros velhos*. E, nesse sentido, é imprescindível discutir a convivência entre eles, a primazia de um gênero

sobre o outro, ou seja, o aspecto coletivo, interativo, valorizado diferentemente pela sociedade em cada tempo e espaço. Os estudos do círculo bakhtiniano – *discurso na vida e discurso na arte* - promovem uma discussão significativa, a partir do método sociológico de base marxista, quando concebem o discurso da arte, assim como o discurso da vida, como constituídos essencialmente pela interação social entre os sujeitos de uma enunciação. Dessa forma, tanto o tratamento de um discurso artístico, mais completo, *acabado*, como um discurso cotidiano, menos complexo, são objetos de estudo que possibilitam o entendimento da relação homem e mundo.

O estudo de gêneros, portanto, está condicionado ao estudo dos enunciados que constituem os discursos. Um enunciado é a realização de um ato individual, por suas marcas de composição pertencerem a um locutor único, mas recorre a um estilo geral ao qual pertence, sendo produzido mediante o processo de interação. Por isso, as *fronteiras* entre os enunciados são determinadas pela alternância entre os sujeitos falantes. Isto significa que todo enunciado possui um começo e um fim absolutos. Um enunciado é encerrado para permitir uma resposta do interlocutor, o que é denominado por Bakhtin (1992, p. 294) "compreensão responsiva ativa do outro". Assim, a reciprocidade mostra-se como característica essencial dos enunciados, uma vez que eles só fazem sentido se houver uma *contrapalavra*, uma resposta que os amplie, confirme ou refute. Nos enunciados, são veiculados os valores sociais, sendo eles, por isso, reflexos, ecos de outros enunciados. É preciso esclarecer que os enunciados reúnem variados gêneros discursivos decorrentes das atividades humanas. Fato essencial a ser discutido, ainda, é a expressividade, ou seja, as formas de reação a um enunciado, pois ela

permite a manifestação do locutor em relação aos enunciados do(s) outro(s). Para tratar desta questão, é preciso entender o que Bakhtin (1997) chama de *atitude responsiva ativa*, ou seja, as formas de respostas dadas a um discurso – o interlocutor pode concordar, discordar, completar, adaptar ou executar algo em função de um discurso, dada uma intenção social.

Os enunciados que constituem um texto podem ser categorizados em um gênero ou em outro, a partir de três elementos que se aproximam: a temática, ou seja, o conteúdo tratado no texto; o estilo verbal – os aspectos fraseológicos, gramaticais etc; e a estrutura composicional dos textos. Os três elementos não podem ser dissociados.

O primeiro elemento, ou seja, a temática, remete ao conteúdo veiculado pela enunciação e pode ser diferenciado, nos vários gêneros, a partir da diversidade funcional de cada um. Bakhtin (2002, p. 128) afirma que um tema é “um sentido definido e único, uma significação unitária, é uma propriedade que pertence a cada enunciação como um todo” e que representa a enunciação de uma dada situação histórica. O sentido de um enunciado é produzido mediante formas lingüísticas diferenciadas, que entram na sua composição, tanto de elementos verbais, como não verbais. Por exemplo, o tema é “um sistema de signos dinâmico e complexo, que procura adaptar-se adequadamente às condições de um dado momento da evolução. [...] é uma reação da consciência em devir ao ser em devir” (BAKHTIN, 2002, p. 129). O tema articula o posicionamento do sujeito, do tempo e do espaço numa situação concreta.

O segundo elemento – o estilo verbal – está correlacionado a um aspecto individual, isto é, está articulado quase sempre com quem fala ou escreve.

No entanto, este estilo deixa de refletir a individualidade quando os enunciados de um gênero devem ser padronizados – por exemplo, no caso de um documento oficial. Nesta nossa pesquisa, queremos tratar também o estilo lingüístico ou funcional do gênero auto-ajuda. É preciso salientar, por isso, que:

O estilo é indissociavelmente vinculado a unidades temáticas determinadas e, o que é particularmente importante, a unidades composicionais; tipo de estruturação e de conclusão de um todo, tipo de relação entre o locutor e os outros parceiros da comunicação verbal (relação com o ouvinte, ou com o leitor, com o interlocutor, com o discurso do outro, etc) (BAKHTIN, 1997, p. 284).

Ao estilo, estão articuladas a temática e a estrutura composicional dos enunciados. A constituição do estilo ocorre através do contexto social entre os sujeitos. Assim, apesar do estilo apresentar, com ênfase, o aspecto individual, essa individualidade é construída pela relação social de consciências. Bakhtin (1997) afirma que onde há estilo, há gênero. Não deixamos de destacar, neste estudo, a necessidade de refletir sobre os recursos da estilística que nos permitem observar a relação e a constituição de valores entre os sujeitos e os discursos quando alocados em uma situação concreta.

O terceiro elemento – a estrutura composicional – explica as formas de construção discursiva dos gêneros.

Os três elementos constituintes do enunciado possibilitam observar, em seu bojo, o discurso do outro, porque toda composição enunciativa se processa pelo caráter dialógico da língua. Bakhtin/Volochinov (2002, p. 145) trata as formas de citação de discursos no discurso, afirmando que:

A enunciação do narrador, tendo integrado na sua composição uma outra enunciação, elabora regras sintáticas, estilísticas e composicionais para assimilá-la parcialmente, para associá-la à sua própria unidade sintática, estilística e composicional, embora conservando, pelo menos sob uma forma rudimentar, a autonomia primitiva do discurso de outrem, sem o que ele não poderia ser completamente apreendido.

Dessa forma, notamos uma atividade que transita de uma enunciação a outra. Existe uma resposta, uma contrapalavra, uma reação à palavra do outro que pode ser de concordância, de discordância, de complementação ou silêncio. A reação pode ocorrer dentro de um enunciado, como em parte dele, ou o enunciado, como um todo, pode responder a questões sociais mais amplas. Enfim, um gênero do discurso permite observarmos um sujeito, um tempo, um espaço e os valores de uma determinada época.

Os gêneros alternam-se, aliando a velhas características, novas configurações, conforme Todorov (1980). Para o teórico, os gêneros guardam, em si, recorrências que o autor deve reconhecer e obedecer e, por sua vez, o leitor deve esperá-las. As recorrências são o fator que dão corpo e personalidade aos gêneros.

Tratando do aspecto social dos gêneros, Todorov (1980, p. 49-50) acrescenta observações que reafirmam que

os gêneros existem como instituição, que funcionam como “horizontes de expectativa” para os leitores, como “modelos de escritura” para os autores. [...] Por um lado, os autores escrevem em função do (o que não quer dizer: de acordo com o) sistema genérico existente, aquilo que podem testemunhar no texto e fora dele, ou, até mesmo, de certa forma, entre os dois: na capa do livro; esse testemunho não é evidentemente o único meio de provar a existência dos modelos de escritura. Por outro lado, os leitores lêem em função do sistema genérico que conhecem pela crítica, pela escola, pelo sistema de difusão do livro ou simplesmente por ouvir dizer; no entanto, não é necessário que sejam conscientes desse sistema. Pelo viés da institucionalização, os gêneros se comunicam com a sociedade em que ocorrem.

.....
Uma sociedade escolhe e codifica os atos que correspondem com maior proximidade à sua ideologia; eis porque a existência de certos gêneros

numa sociedade, sua ausência numa outra, são reveladoras dessa ideologia e nos permitem estabelecê-la com maior ou menor certeza.

Interessam-nos, dos estudos de Todorov, as considerações feitas sobre a correlação dos gêneros com as ideologias de determinada sociedade, tempo e espaço, o que coincide com as perspectivas bakhtinianas sobre a constituição de gêneros do discurso.

Enfim, ao estudar os gêneros do discurso, é preciso salientar que não existem fronteiras estritamente delimitadas entre os diversos gêneros, mas que a flexibilidade é característica essencial na sua constituição. As atividades humanas determinam a necessidade da articulação entre eles que passam a cumprir determinada função social. A constituição de um gênero discursivo, em perspectiva bakhtiniana, pode ser examinada pelas vias do locutor, interlocutor, tempo, espaço, discursos anteriores e posteriores que foram e serão respondidos, de acordo com as necessidades sociais.

3.2 O GÊNERO AUTO-AJUDA

A mídia impressa de massa divulga a dificuldade de estabelecer liames quanto aos gêneros discursivos, publicada, inclusive, pela revista *Veja*:

Na edição passada de VEJA, a lista de livros mais vendidos registrou um engano: *As Filhas da Princesa*, da americana Jean P. Sasson, apareceu na categoria de ficção em vez de aparecer na de não-ficção, como ocorrera nas semanas anteriores e volta a ocorrer agora. O erro deveu-se ao fato de que a classificação da obra varia nas diversas livrarias consultadas por VEJA para elaborar seu ranking. Relato da opressão sobre as mulheres no mundo islâmico, *As Filhas da Princesa* baseia-se em depoimentos de uma mulher saudita. O livro, no entanto, tem um viés literário, que faz com que possa ser confundido com um romance – o que não é o caso.

Assim como *As Filhas da Princesa*, outras obras que freqüentam a lista são difíceis de classificar e aparecem sob rubricas diferentes de livraria para livraria. Por isso, VEJA decidiu tornar mais estritos os critérios de organização da lista. Da categoria de ficção farão parte apenas romances e coletâneas de contos. Da mesma categoria de não-ficção constarão ensaios e biografias, mas também livros de crônicas, cuja referência principal se encontra no noticiário e no registro de uma realidade mais imediata. Isso acontecerá ainda que o cronista lance mão de recursos ficcionais. Em auto-ajuda e esoterismo ficarão os manuais de aconselhamento e obras de cunho religioso.

Os novos critérios já se refletem na lista desta semana. Dois livros da gaúcha Lya Luft passam da categoria de ficção para a de não-ficção. Isso vai ao encontro do entendimento da própria autora, como dito no prefácio *Perdas & Ganhos* e em conversa com VEJA. Lya, de fato, pratica uma espécie de ensaísmo moral – que não se confunde com a auto-ajuda, apesar do tema, nem com a ficção, apesar da linguagem literária (VEJA, 2004, p. 116-117).

Num primeiro momento, observamos que a *classificação* dos gêneros ocorre nas livrarias em que a revista *Veja* realiza suas pesquisas. São relatadas divergências da *classificação* entre as livrarias e destas com a revista. A revista *Veja* categoriza os gêneros em três tipos: ficção; não-ficção; e auto-ajuda e esoterismo. Chama de ficção os gêneros que remetem a romances e contos; de não ficção ensaios, biografias e crônicas que remetem a noticiários, enfim registros da realidade imediata; e de auto-ajuda e esoterismo, os manuais de aconselhamento e obras de cunho religioso. Interessa-nos, nesta tese, o gênero auto-ajuda.

Petillo e Sousa (2005) afirmam que, em 1983, o *New York Times* criou uma lista exclusiva para os livros chamados “aconselhamentos”. A mudança se fez necessária, uma vez que “sem essa nova categoria, até mesmo o trabalho mais atrativo de autêntica não-ficção poderia nunca mais aparecer na lista dos mais vendidos” (2005, p. 65).

Observando outra possibilidade de examinar o gênero auto-ajuda por meio das pesquisas acadêmicas discutidas anteriormente, também pela polêmica em torno da auto-ajuda divulgada pela mídia impressa de massa e pela dificuldade

de reconhecer o gênero auto-ajuda, a proposta deste item é esclarecer a constituição do *gênero da auto-ajuda* em Shinyashiki, analisando o *corpus* selecionado para a presente tese.

A investigação inicial do *corpus* ocorreu para verificar a origem do gênero auto-ajuda em Shinyashiki, observando os *gêneros velhos* que dão origem aos *gêneros novos* (BAKHTIN, 1997; SOUZA, 2002) e os valores que foram se constituindo, por meio do gênero, com o passar do tempo.

Nas obras analisadas, o gênero possui fronteiras com os gêneros científico, religioso e filosófico. Ao constituir o gênero auto-ajuda, os referidos gêneros são banalizados e generalizados. O gênero científico, em Shinyashiki, por exemplo, aparece em forma de apropriação de enunciados da medicina formal, da medicina alternativa, da medicina ocidental, da medicina oriental, da psicologia e da psiquiatria. Da mesma forma, o gênero religioso promove uma apropriação de preceitos de religiões orientais e ocidentais, cristãs ou não. O gênero filosófico emerge, na auto-ajuda, também de maneira apropriada, orientando os sujeitos sobre os sistemas de valores socialmente aceitos.

O filhote de homem é o animal mais facilmente domesticável, porque na sua primeira infância é totalmente dependente dos adultos que o criam. Ele não sobrevive por si só, e isto torna-o fortemente suscetível às mensagens dos outros.

.....
Existem vários tipos de gente domesticada, assim como os animais. Algumas pessoas parecem galos de briga, foram treinadas para lutar o tempo todo. Pensam que são livres. Dizem frases do tipo: Comigo é assim: escreveu, não leu, o pau comeu...” Sempre estão arrumando encrencas. Mas um desses “galos de briga”, vê-se em apuros quando se apaixona, porque não aprendeu a demonstrar afeto. Aí fica brigando com a sua paixão. Até se desapaixonar. Outros parecem gambás. [...]
.....
Outros parecem macaquinhos.[...].
.....
Outros são como pavões [...].

.....
Outros parecem peixe-cobra [...]

.....
Existem outros, como os cães de guarda, o bicho preguiça, o gavião, o porco... Cada um com suas características (SHINYASHIKI, 1985, p. 53-54).

O excerto, retirado do capítulo *A domesticação do homem*, discute a socialização humana, um tema próprio da Sociologia e também da Psicologia, no tocante ao estudo da coexistência da diversidade humana e social. Entretanto, Shinyashiki aproxima o indivíduo a animais, como forma de facilitar sua explicação e garantir uma interação com um sujeito-leitor médio, por meio de um gênero fabular. Conforme Dezotti (2003, p. 21), “[...] a fábula é um modo universal de construção discursiva” e o seu narrar está a serviço “[...] dos mais variados atos de fala: mostrar, censurar, recomendar, aconselhar, exortar, etc”, sendo que esta característica formal – a variabilidade - explica sua popularidade e sua resistência no decorrer dos tempos. Há uma maleabilidade nas fábulas que permite que se ajustem a novos repertórios de narrativas e à expressão de novas visões de mundo em diversas épocas. É recorrente no *corpus* analisado, na presente tese, o emprego de um texto alegórico, ancorando o “outro” significado ao seu contexto de enunciação (DEZOTTI, 2003). Também, no excerto anterior, a enunciação se constitui nos termos de um diálogo oral informal entre amigos. O vocabulário não exige conhecimentos aprofundados do leitor, a estrutura sintática é direta e o tema é atrativo, na sociedade brasileira, por tratar de relacionamento humano. A diversidade de relacionamentos sociais é tratada de forma generalizada e simplificada na auto-ajuda de Shinyashiki. Outros temas, como: a constituição do afeto, o relacionamento entre pais e filhos, a relação do homem com o sucesso e com a felicidade, a realização pessoal e profissional, a pequenez do homem diante de deus também

são recorrentes no *corpus* analisado e discutidos de forma semelhante ao excerto citado. Os gêneros científico, religioso e filosófico passam, de maneira generalizada, pelo gênero da auto-ajuda, em forma de narrações ou de argumentos de autoridade:

O melhor alimento para a alma de quem está vivendo um drama é a oração. Por meio da oração é possível atingir uma compreensão melhor da vida e uma aceitação maior da própria luz.

Resgatar a conexão com o divino é a única maneira de se manter acima da dor que o mundo lhe impõe. Somente com fé no coração é possível suportar a dor com resignação.

Nos momentos difíceis por que passei, a leitura da *Bíblia*, em especial do “Livro de Jô” e do “Eclesiastes”, me inspirou muito a superar minhas dores.

Esses textos são sabedoria pura. Acalentam o coração mais sofrido que pode existir e acendem uma luz no meio da escuridão, por mais tenebroso que seja o caminho que você está percorrendo (SHINYASHIKI, 2003, p. 170-171 – grifos do autor).

O autor menciona os preceitos religiosos para a cura de dores humanas. Apela para a fé como garantia de aceitação da condição humana e prescreve a leitura de textos religiosos. Como garantia de que a leitura funciona, cita um exemplo ocorrido consigo mesmo, enquanto forma que encontra para se aproximar do leitor. Não são freqüentes, no *corpus*, os testemunhos pessoais. Na presente tese, o discurso que os divulga denomina-se discurso do *sujeito experiente*. O autor deixa de lado uma narração em 3ª pessoa e insere-se, em 1ª pessoa no enunciado, conforme processos de debreagem enunciativa e enunciativa (FIORIN, 2004) discutidas anteriormente – constituindo um argumento de autoridade, porque afirma que a receita que prescreve funcionou em um auto-teste. A auto-ajuda, em Shinyashiki, é o gênero em que o autor aparece como *sujeito sábio* – mais recorrente - como *sujeito experiente* – menos freqüente.

Os *gêneros velhos* – científico, religioso e filosófico – são fronteiras do gênero da auto-ajuda, considerado, na presente tese, como um *gênero novo*

constituído por generalizações e simplificações dos gêneros que lhe deram origem. A auto-ajuda constitui enunciados apropriados, por meio de gêneros complexos – ciência, religião e filosofia - junto a um público leitor médio, enquadrando-o numa sociedade de massa. Em Shinyashiki, há um discurso que é destinado a um sujeito que vive em uma sociedade de consumo e precisa ter a sensação de que não faz parte da cultura de massa, mas é exclusivo e único no contexto em que vive.

Os enunciados de auto-ajuda, apresentados no *corpus*, constituem um gênero secundário, pois representam as circunstâncias de uma comunicação cultural mais complexa, mais evoluída, apresentada na forma escrita. O gênero apresenta particularidades que perpetuam um discurso, uma ideologia, um tempo e um espaço, fortalecendo vínculos entre a língua e a vida e desenhando um processo histórico que traz esclarecimentos sobre os enunciados que o constitui (BAKHTIN, 1997). Entretanto, o referido gênero é envolvido por diálogos da vida cotidiana – próprios dos gêneros primários - que perdem seu significado com a realidade concreta, ao se inserirem na enunciação. O tempo no gênero auto-ajuda passa a ser o do discurso narrado que é o instante do presente que caracteriza o processo histórico, trazendo à luz, novamente, as questões temporais – *cronotopo* bakhtiniano (*soleira*), exigindo mudanças e transformações. Se, no gênero religioso, acredita-se que as mudanças devem ocorrer no espaço de uma vida, sempre com vistas ao futuro, em que se colocam expectativas de melhoria e que, após a morte, a felicidade é plena e a evolução é uma possibilidade, no gênero auto-ajuda, o tempo é o agora, o presente e iminente. Na auto-ajuda, as temáticas da crise e das lamentações contemporâneas exigem uma transformação para se atingir a felicidade e o sucesso plenos, neste instante, no presente e com rapidez. Por isso, para as lamúrias referentes aos

relacionamentos humanos – pessoais e profissionais –, são aconselhados procedimentos de autoconhecimento, autocentração, equilíbrio, felicidade individualizada, independentemente do aspecto coletivo, e racionalização da emoção – que garante a velocidade e soluciona os danos emocionais - a serem iniciados e concretizados no momento da leitura:

No amor, há dois tipos de dependente.

O primeiro é aquele que depende da presença do outro para ser feliz. Espera que o outro seja a fonte de sua felicidade. Deposita nele todas as suas esperanças e a responsabilidade pelo seu próprio sucesso ou fracasso.

.....
O outro tipo de dependente é aquele que precisa de um parceiro com muitos problemas para se sentir útil. Procura pessoas que não conseguem emprego, não definem suas vidas e sempre precisam dele. Geralmente viveu numa família problemática, na qual aprendeu que seu valor está vinculado à capacidade de cuidar do outro. Inconscientemente, suas atitudes acabam aumentando os problemas.

.....
Se você percebe que o seu mecanismo de não amar é depender do outro, aqui estão algumas sugestões para aprender a se cuidar melhor:

1. Veja o que você quer da vida e assuma, mesmo que dê trabalho.
2. Estabeleça um limite no que você vai aceitar do outro [...]. Cumpra sua decisão, custe o que custar.
3. Fixe um limite nas suas ações em relação aos outros.
4. Aprenda a brincar com a situação. Mantenha o bom humor, mesmo em tempos de crise.
5. Esqueça Hollywood! [...] Aprenda a aceitar as pessoas como elas são (inclusive você).
6. Aproveite sua vida do jeito que for possível.
7. Respeite as opções dos outros. Cada um cria a sua própria vida (SHINYASHIKI, 1993, p. 111).

O autor aborda um exemplo de crise em relacionamentos amorosos – uma temática universal, difundida largamente na vida cotidiana -, empregando uma estratégia discursiva que enquadra o sujeito leitor em uma das situações descritas por ele. Em seguida, faz algumas prescrições que não deixam de colocar também patamares de enquadramento ao sujeito. Apela à racionalização e ao imediatismo, como um companheiro que aconselha um amigo para uma transformação radical no

presente momento. O gênero auto-ajuda, em Shinyashiki, é complexo/secundário, pois é escrito, e constitui um processo histórico, difundindo valores da sociedade contemporânea (felicidade, sucesso, equilíbrio, autocentração); é heterogêneo, porque se constitui pela apropriação de outros gêneros; é relativamente estável, uma vez que marca e constitui a especificidade de uma dada esfera de comunicação. O autor busca, nos gêneros primários, táticas para sua interação com o público leitor.

Dessa forma, para estudar o gênero auto-ajuda, especialmente os valores difundidos por ele, é necessário analisar a constituição dos enunciados, a começar pelo conteúdo temático, que é social. A temática do gênero auto-ajuda é a busca da plenitude nos seguintes aspectos: autoconhecimento, conduta de vida, felicidade, equilíbrio por meio de meditação, vitória, sucesso, relacionamento harmonioso entre pais e filhos e entre casais, centração para a solução de problemas, afetuosidade e relações interpessoais harmoniosas. Os enunciados, no gênero auto-ajuda de Shinyashiki, tratam dos temas como elementos disponíveis em patamares superiores – felicidade e sucesso plenos e autoconhecimento - ao que o sujeito leitor está. Os enunciados que tratam da situação momentânea do sujeito constituem um contexto de crítica ao neocapitalismo e às respectivas formas de pensamento. O gênero enquadra o leitor em contextos de relacionamento pessoal e profissional pautados pela desgraça, fracasso, infelicidade, pessimismo, enfim, em situações disfóricas, cuja única saída é a transformação. O gênero auto-ajuda funciona como terapia popular para resgatar a auto-estima do sujeito – tem efeito de droga – conforme Rolnik (2002) -, que satisfaz momentaneamente, porque produz um efeito de transferência e de mudança de estado:

O mundo moderno nos convida à correria e, em função disso, não temos tempo de observar a natureza, nossa grande mestra. Quem olha o mar e percebe as marés, as ondas e os ventos pode verificar como tudo tem seu ciclo. O dia e a noite, as estações do ano, o sol e a chuva, a vida e a morte. O ser humano, com sua sede de poder, procura imobilizar a vida e torná-la certinha, rígida como uma estátua. Mas a vida é dinâmica.

.....
Algumas pessoas têm dificuldade de viver na parte superior da onda, sentem medo da alegria e ficam remoendo problemas. Não aprenderam a celebrar cada acontecimento da vida. Imaginam que viver é somente sofrer e desperdiçam as dádivas da existência. Como surfistas da vida, precisamos ter consciência de que as dificuldades acontecerão sempre, mas, se nos deixarmos levar pelo movimento natural das ondas, os problemas nos encaminharão para as soluções. Sabedoria é saber surfar nas ondas da vida (SHINYASHIKI, 1997, p. 160-161).

O trecho trata dos problemas do cotidiano: das correrias e da falta de contato com a natureza, enquadrando o sujeito em um contexto de desgraça, se observados os valores sociais contemporâneos. Em seguida, propõe a este mesmo sujeito que seja sábio e aproveite a vida, aprendendo a racionalizar os problemas. Enfim, o gênero auto-ajuda, em Shinyashiki, no tocante aos aspectos temáticos, tratam dos binômios *bom x ruim*, *sucesso x fracasso*, *felicidade x infelicidade*, *sabedoria x ignorância*. Os temas negativos enquadram o sujeito na situação atual e os temas positivos colocam-se como algo por que o sujeito deve lutar, como garantia de plena felicidade.

Na auto-ajuda de Shinyashiki, o discurso reflete uma situação familiar em que um sujeito mais velho dialoga com um sujeito mais novo e o aconselha, orienta, parecendo uma conversa de pai para filho, de irmão mais velho para irmão mais novo, de uma experiência de vida para uma inexperiência. A estratégia discursiva é recorrente no *corpus*:

[...] as pessoas sabem aproveitar todos os acontecimentos que ocorrem no trabalho e no amor. Utilizam a dor para se aprimorar e adquirem uma visão global da vida, usufruindo a riqueza de estar vivas.
Esse é o processo de aprendizagem da felicidade ensinado por todos os mestres. Mas o importante não é o mestre, e sim o discípulo.

Quando o discípulo está preparado, o mestre sempre aparece – seja como uma mulher francesa, seja na forma do pai, de um colega de trabalho, de um animal de estimação, de uma criança caminhando pela relva (SHINYASHIKI, 1997, p. 38).

A voz do autor aconselha, guia, orienta. Além disso, há outras vozes, no interior do discurso, que emergem como vozes da sabedoria (principalmente as vozes das religiões), da experiência (de quem já viveu e pode se declarar, conforme discussões anteriores sobre o *sujeito sábio* e o *sujeito experiente*), decorrentes de todos os âmbitos sociais, e inclusive animais, como se pode verificar, remetendo ainda a imagens pré-concebidas e valorizadas socialmente.

Shinyashiki divulga e se constitui a partir de enunciações que representam o sujeito, nos seus mais diversos papéis sociais, sendo a dor uma temática recorrente:

Era seu último dia de vida, mas ele ainda não sabia disso.
Naquela manhã, sentiu vontade de dormir mais um pouco. Estava cansado porque na noite anterior fora se deitar muito tarde. Também não havia dormido bem. Tinha tido um sono agitado. Mas logo abandonou a idéia de ficar um pouco mais na cama e se levantou, pensando na montanha de coisas que precisa fazer na empresa.
.....
“A vida é uma seqüência de dias vazios que precisamos preencher”, pensou enquanto jogava a roupa por cima do corpo.
.....
Escutou o barulho de alguma coisa quebrando dentro de seu coração, e de seus olhos escorreram lágrimas silenciosas. Queria viver, queria ter mais uma chance, queria voltar para casa e beijar a esposa, abraçar a filha, brincar com o neto... Queria... Queria... Mas não havia mais tempo (SHINYASHIKI, 1997, p. 13-15).

Ao tratar a dor, de forma extrema, o autor obriga o leitor a agir com rapidez, pois as desgraças descritas no enunciado são sempre iminentes e a solução deve ser buscada no momento presente, no instante.

O estudo do gênero auto-ajuda também deve passar por uma discussão sobre o estilo verbal dos enunciados (BAKHTIN, 1997), considerando as unidades temáticas estabelecidas anteriormente, os recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, o tipo de estruturação e conclusão da enunciação e o tipo de relação entre locutor e parceiros da comunicação.

Quanto aos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, observa-se, a princípio, que há predominância do tempo verbal presente, quando, principalmente, o autor descreve a situação atual: “Quando observo o estilo de vida da maioria das pessoas, percebo que o final do filme é sempre triste. Muita correria sem sentido, vida cheia de preocupações, falta de alegria e angústia” (SHINYASHIKI, 1997, p. 19). Novamente, o exame do *corpus* passa pela ótica do *cronotopo* da soleira – a exigência de o sujeito mudar de estado imediatamente.

Permeados pelo tempo presente, os enunciados constituídos pelos modos imperativo e subjuntivo, na auto-ajuda de Shinyashiki, aproximam o autor do leitor, provocando uma atitude responsiva, uma reação, um comentário no momento da narrativa. A resposta à auto-ajuda é sua aceitação, através da vendagem, da expansão do gênero e também da diversidade de palestras e conferências que vêm sendo proferidas na área, conforme dados apresentados anteriormente.

Além disso, notam-se inúmeros enunciados construídos com o verbo *ser* na 3ª pessoa do singular e do plural, geralmente empregados em conceituações dos termos vida, sucesso, felicidade, ou no sentido de promover, no leitor, uma necessidade de mudança. As estratégias são recorrentes no *corpus*, em que Shinyashiki aproxima o leitor das possibilidades de se realizar, no referido instante da leitura, porque o motiva e tenta resgatar sua auto-estima:

"A vida das pessoas **é** a história de príncipes vivendo como mendigos"
(1997, p. 20)

"Felicidade também **é** lucro" (1997, p. 24).

"O melhor sucesso **é** ser feliz" (1997, p. 26).

Nas citações, o autor emprega o verbo *ser* para fazer conceituações em enunciados afirmativos em que o leitor não tem opção, a não ser concordar com a enunciação de Shinyashiki a qual se torna exclusiva e autoritária. O valor do verbo *ser* é de uma definição não transitória, mas autoritária, em que o primeiro termo resulta do segundo. O autor se torna o terapeuta do leitor, coincidindo com o que Bosco (2001) afirma, ao tratar os deslocamentos por que a auto-ajuda passou, em que o sujeito necessita de outro sujeito para se autoconhecer, inserindo, na auto-ajuda, um caráter de profissionalização.

Verifica-se, ainda, o uso de vocábulos comuns no mercado financeiro, como: lucrar, dinheiro, recompensa financeira, empresa, balanço financeiro, administrador, formas de lucro, dólar e outros.

É fundamental que, após adquirir competência, a pessoa consiga o **retorno financeiro** que lhe permita viver bem e continuar se aprimorando.

O **dinheiro** deve ser um meio para você realizar seus desejos e não um objetivo de vida. Quando a pessoa vive para **acumular dinheiro**, torna-se escrava. E nenhum **escravo** é feliz.

Além disso, o **dinheiro** não pode ser o primeiro objetivo de uma **carreira**, pois isso é o caminho mais rápido para você abandonar a ética e se tornar um charlatão.

.....
Muitas pessoas têm dificuldade em **ganhar dinheiro** porque, desde crianças, relacionaram pensamentos negativos a ele:

"Quem ganha dinheiro é pecador [...]"

"Quem tem dinheiro é mesquinho [...]"

"Quem tem dinheiro é mercenário [...]"

"O dinheiro é sujo [...]"

"O dinheiro traz a infelicidade [...]"

Depois de passar a infância ouvindo frases desse tipo, o indivíduo cresce e percebe que não é necessariamente assim. Encontra muitas pessoas que contrariam cada uma das generalizações acima. Mas permanece o conflito entre a realidade e a voz interior, gravada desde a infância, dificultando o trato com o **dinheiro** (SHINYASHIKI, 1993, p. 80-81 – grifos nossos).

A seleção lexical remete ao campo profissional, relativo ao conflito do sujeito com o trabalho e o retorno financeiro. Shinyashiki enuncia para o sujeito em conflito, menos favorecido que adotou como princípios éticos e religiosos que o dinheiro é pecaminoso. A significância da discussão desta estratégia discursiva, para a presente tese, reside no fato de se verificar para quem o autor fala. Trata-se de um sujeito que não tem dinheiro, tem receio de ganhá-lo, é inseguro e possui relações instáveis com o trabalho, porque a sua formação pessoal e educacional foi possivelmente conflituosa. No excerto, há uma repetição de fórmulas, por meio do emprego de anáfora. No *corpus*, as fórmulas aparecem em forma de repetições e de reiteraões, nem sempre apresentadas por meio de figuras de linguagem, mas em forma de *atalhos*³².

Também o léxico voltado à religiosidade é uma constante em Shinyashiki (1997): anjo, paraíso, Grande Técnico (referindo-se a Deus), Ele (Deus), luz, Deus, Existência. Como esclarecido nas discussões do capítulo anterior, o sujeito somente se transforma se acreditar que pode mudar e se tiver fé. A estratégia discursiva é recorrente no gênero auto-ajuda de Shinyashiki:

(a) Há um texto de Chico Xavier que pode ser uma fonte infinita de inspiração para os corações de gelo interessados em ter a própria vida de volta. Ele diz:
“Que Deus não permita que eu perca o romantismo, mesmo sabendo que as rosas não falam.
Que eu não perca o otimismo, mesmo sabendo que o futuro que nos espera pode não ser assim tão alegre.

³² As explicações sobre *atalhos* são elaboradas no decorrer da leitura.

.....
E, acima de tudo, que eu jamais me esqueça de que Deus me ama infinitamente” (SHINYASHIKI, 2003, p. 110-111).

(b) Buda dizia: “Um homem tem que carregar sempre uma chave no bolso esquerdo e um punhado de areia no bolso direito. A chave no bolso esquerdo é para ele saber que é o imperador do universo, que manda na própria vida. E, no bolso direito, o punhado de areia é para lembrá-lo de que ele é tão pequeno quando um grãozinho” (SHINYASHIKI, 1997, p. 165).

(c) Os filhos são mestres que a Existência envia para que os pais tenham novas oportunidades de aprendizado e renovação, ao mesmo tempo que cuidam deles (SHINYASHIKI, 1992, p. 11).

O gênero religioso, conforme verificado nos excertos (a), (b) e (c) e em todo o *corpus*, passa pelo gênero auto-ajuda, contemplando as diversas religiões ocidentais (Espiritismo e Catolicismo, por exemplo) e orientais (Budismo), o que faz pensar que o discurso é enunciado para contemplar todo tipo de sujeito, independentemente de sua religião, e que é preciso acreditar não somente nos aspectos religiosos, mas também em tudo o que se faz.

A primeira transformação necessária para que ocorra a felicidade é passar a **acreditar** na possibilidade de um mundo onde todos possam se realizar. Empresas cujos acionistas e colaboradores sintam que sua participação vale a pena. Casamentos em que ninguém precise se anular para que os dois continuem juntos. E, principalmente, um mundo onde cada pessoa seja respeitada por sua maneira de ser (SHINYASHIKI, 1997, p. 23 – grifo nosso).

Na solução dada pelo autor, ocorre o emprego do termo *acreditar*. O termo remete a algo que não é considerado necessariamente racional ou concreto, mas que depende da fé, remetendo, portanto, a uma perspectiva religiosa. O autor ainda afirma que é preciso *acreditar na possibilidade de um mundo onde todos possam se realizar*, o que quer dizer que o sujeito ainda corre o risco da *possibilidade* negativa, ou seja, desse mundo feliz não se concretizar. Ele parte das conseqüências das mazelas em que vivemos e não das causas. Por isso, aponta

maneiras de agir e não maneiras de refletir e transformar. A chamada à mudança nos faz retomar o *cronotopo* da *soleira* (BAKHTIN, 1993), empregado em textos que flagram o dilema do sujeito diante de um tempo de crise, em que lhe é exigida uma mudança ou lhe são imputados os danos da acomodação.

Ainda no exame da estruturação do gênero auto-ajuda, verifica-se que a composição gráfica recorre à utilização de letras com tamanhos diferenciados, às vezes maiúsculas e, ainda, com destaque em negrito e/ou itálico. São, em sua maioria, argumentos-chave, epígrafes ou conselhos ao leitor:

(a) O CASAMENTO É A MAIS SUBLIME FORMA DE AMIZADE!
(SHINYASHIKI, 1992, p. 70).

(b) Aliás, cada vez mais passamos a desprezar-nos porque ignoramos que o nosso corpo (NÓS MESMOS) nos dá o aviso de que somos GENTE!
(SHINYASHIKI, 1985, p. 37).

(c) **São pessoas mais preocupadas com o esforço do que com o êxito.** Procuram se mostrar preocupadas, agitadas, fazendo muitas coisas, como aquele jogador de futebol que corre sem objetivo pelo campo, sem pensar que, se tivesse uma noção clara do que fazer, poderia esforçar-se menos e colher melhores resultados.

.....
Não terminam o que começam. Estes Sísifos não completam o curso de inglês ou de violão, o relatório que precisam preparar, a petição que tinha um prazo determinado, o projeto arquitetônico que deveriam entregar na quarta-feira. [...]

.....
Estão sempre recomeçando algo Como não completam os objetivos aos quais se propõem, estas pessoas sempre se apegam à ilusão de que algo novo será a salvação de suas vidas [...]. (SHINYASHIKI, 1993, p. 17-18).

(d) *A melhor cura do
baixo-astrol é abrir os olhos para
o mundo.* (SHINYASHIKI, 1997, p. 51)

No excerto (a), existe um destaque em letras maiúsculas para compor o subitem “Preservar o casamento apesar dos filhos”; no excerto (b), o autor trata da relação do homem com as carícias que deve fazer a ele mesmo, fazendo destaques

em letras maiúsculas; no excerto (c), Shinyashiki apresenta o capítulo “Sísifos atuais” e caracterizá-os (Sísifos) por meio de destaques em negrito; no excerto (d), o autor, para tratar o tópico “Infelicidade é um vício”, resume a discussão em parágrafo distinto, com destaque em letras maiores que a do texto e em itálico. O gênero auto-ajuda apresenta os apelos gráficos como forma de fixação de um conteúdo, facilitando a memorização do leitor quanto aos aspectos-chave da leitura.

São comuns, ainda, os usos de expressões populares e provérbios - "quem nasce rei não perde a majestade" (1997, p. 20) – para trazer à discussão a sabedoria popular e interagir com o sujeito postulado da auto-ajuda. Reboul (1975) diz que um provérbio é uma fórmula incitativa, popular, com associação de conteúdo e de forma, sendo intraduzível - não se pode vertê-lo em outro provérbio - possui interlocutores anônimos, uma vez que é a tradição que representa a autoridade. Ainda, "o provérbio transmite segurança, exorciza a angústia face ao novo, ao insólito, à miséria imprevista; ele mostra que o seu caso se reporta a um caso geral e bastante conhecido, que 'você não é o primeiro'" (1975, p. 142).

A advertência, também, remete à natureza dos provérbios, assim como a tradição do ensinamento. Constituídos a partir de situações opostas, os provérbios exprimem a verdade humana em que "incessantemente estamos caindo, ora por negligência, ora por cegueira, ora por precipitação, ora por prevenção, sempre por facilidade" (REBOUL, 1975, p. 145). É necessário salientar que o próprio provérbio pode ser visto como um gênero constituído por um único enunciado de relação binária (MAINGUENEAU, 2001) – rei / não perde a majestade, conforme citação anterior. Adotando a perspectiva bakhtiniana, mais especificamente as discussões sobre o *estilo pictórico* (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002), observa-se que os

provérbios constroem o discurso do outro, de forma alegórica, promovendo a aproximação entre autor e leitor por meio de uma linguagem popular, própria de um público médio. Também funcionam como aconselhamento e advertência e, conforme Brunelli (2004), caracterizam-se como verdades gerais e atemporais, com formulação, geralmente, impessoal, por isso inquestionáveis.

Quanto ao tipo de estruturação do gênero da auto-ajuda, em Shinyashiki, pode-se observar a apropriação dos gêneros culinário – decorrente das receitas enunciadas pelo autor; da consulta médica – em função das prescrições e das normas; didático – pelas lições que o autor ministra aos leitores; e, religioso – pelos valores morais que o autor veicula na auto-ajuda. Os quatro gêneros anteriores têm, em comum, um modo de fazer e ser que exige do sujeito que respeite as regras propostas; caso contrário, sofrerá uma punição. Na apropriação dos referidos gêneros, feita pela auto-ajuda de Shinyashiki, não se concedem, ao sujeito, possibilidades de reflexão; a única saída é a obediência às normas impostas, por meio de uma ação já programada pelo autor. O autor se exime de qualquer culpa, porque se o sujeito não conseguiu chegar a uma solução positiva para o seu problema, é o responsável pelo fracasso:

(a) O melhor a fazer, quando a pessoa percebe que caiu em alguma dessas armadilhas (medo de vencer), é parar um momento e observar. Como fui cair na cilada? Como desativar o mecanismo sabotador? Uma vez identificado o mecanismo, o indivíduo deve tratar de jogá-lo fora. Continuar a escalada com uma carga extra faz com que aumente o gasto de energia para realizar a meta. Sem energia, vem a desistência, a pedra cai e então será preciso começar tudo de novo (SHINYASHIKI, 1993, p. 35).

(b) Flua entre os problemas. Eles são apenas acontecimentos que ainda não compreendemos. Quando fluímos entre as dificuldades, somos como a água que envolve uma pedra: podemos ver todos os lados da situação, conhecê-la melhor e superá-la com mais facilidade. Flua mesmo quando a morte chegar. Ela é apenas a parteira que o ajudará a renascer (SHINYASHIKI, 1997, p. 81).

(c) Lembre-se de que se você deixar de fazer algo pressionado pelo medo a tendência será de que ele o domine e o deixe prostrado diante dos acontecimentos da vida. Não há nada de errado em sentir medo! Essa é uma reação que qualquer animal tem, uma espécie de instinto de proteção, mas em proporções anormais o medo enfraquece o ser humano.

Se você sentir medo de algo, compartilhe-o com as pessoas envolvidas naquela situação. Essa atitude é muito melhor do que ar uma desculpa esfarrapada. As mentiras farão com que essas pessoas percam a admiração que sentem por você ao perceber que não é capaz de assumir suas fraquezas (SHINYASHIKI, 2003, p. 131-132).

Nos três trechos, observam-se as lições dadas pelo autor, por meio de lembretes ou ordens: “o melhor a fazer [...]”, “Flua [...]”, “Lembre-se [...]”. Após os direcionamentos decorrentes dos lembretes, o autor faz comentários e expõe, ao leitor, a recompensa ou a punição pelo cumprimento ou descumprimento da ordem: “Sem energia, vem a desistência, a pedra cai e então será preciso começar tudo de novo”; “Flua mesmo quando a morte chegar. Ela é apenas a parteira que o ajudará a renascer”; “As mentiras farão com que essas pessoas percam a admiração que sentem por você ao perceber que não é capaz de assumir suas fraquezas”. Os papéis sociais do professor, do médico e de um líder religioso emergem na auto-ajuda de Shinyashiki, como vozes de autoridade, conforme discussão no capítulo anterior.

Tratadas as questões sobre o estilo verbal na auto-ajuda de Shinyashiki, examina-se, a seguir, a estrutura composicional. O *corpus* analisado é, predominantemente, argumentativo, no sentido de promover comentários sobre as temáticas relacionadas à felicidade, ao sucesso e ao autoconhecimento. Os enunciados partem de lugares sociais como a medicina, a religião, a mitologia, a cultura – de maneira geral - e a música, com citações de John Lennon, compositor e cantor internacional, Deus, Cristo, líderes espirituais orientais, Richard Bach e outros. As citações literais não são recorrentes no *corpus*, mas as paráfrases sim.

Também se observam os relatos parafraseados de sucesso de indivíduos famosos e conhecidos na sociedade:

(a) “Fez-se silêncio na multidão, e mais nenhuma voz ou som foi ouvido sobre os morros e pelos vales...”

Ilusões, Richard Bach
(SHINYASHIKI, 1997, p. 28)

(b) “Estou até pensando em ficar nu, para chamar sua atenção”

(Roberto e Erasmo Carlos)
(SHINYASHIKI, 1985, p. 33)

(c) Um dia uma mulher procurou Gandhi e pediu-lhe que aconselhasse o filho dela a parar de comer açúcar.

Lá estava ela no dia marcado. Mas Gandhi disse que ainda não estava preparado e que ela voltasse na próxima semana [...] (SHINYASHIKI, 1992, p. 105).

(d) Reeve protagonizou o sonho de força e beleza de milhares de pessoas em todo o mundo. Ao Super-Homem cabia resguardar a vida e a integridade dos habitantes do planeta, sem importar se o inimigo vinha na forma de quase imbatível e famigerado Lex Luthor ou por meio de catástrofes naturais de toda espécie, como maremotos e terremotos (SHINYASHIKI, 2003, p. 174).

(e) Um dos personagens mais interessantes da mitologia grega é Sísifo, o rei de Corinto. Era tido como o mais esperto entre os homens. Apesar de toda a sua astúcia, ou talvez justamente por causa dela, sempre se via diante das situações mais complicadas. Cada esperteza criava novas dificuldades, que por sua vez pediam novas estratégias, numa eterna sucessão de saídas provisórias (SHINYASHIKI, 1993, p. 15).

Nos excertos (a) e (b), observa-se o discurso do outro na auto-ajuda de Shinyashiki, por meio de citações literais, destacadas entre aspas, em que a constituição discursiva faz lembrar do *estilo linear*, tratado por Bakhtin/Volochinov (2002). Aparecem, no gênero, enquanto epígrafes, por isso, somente ilustram o texto. Nos trechos (c), (d) e (e), notam-se as retomadas que Shinyashiki faz das histórias de vida de indivíduos famosos e/ou de suas obras, que se misturam ao discurso da auto-ajuda para colori-lo, promover o partilhamento de responsabilidade e também garantir credibilidade, conforme *estilo pictórico* proposto pelo círculo

bakhtiniano. As paráfrases inserem-se nas discussões de Shinyashiki, tomando parte nas narrativas, diferentemente das citações literais que funcionam como meros pensamentos ilustrativos.

O gênero auto-ajuda de Shinyashiki caracteriza-se predominantemente pela constituição discursiva calcada no *estilo pictórico*. O gênero ainda é constituído pela multiplicidade de vozes já referidas anteriormente, por isso, mostra-se diversificado e heterogêneo, como forma de contemplação de todos os âmbitos sociais e, conseqüentemente, de múltiplos interlocutores. Trata-se de um gênero constituído pela miscelânea de discursos que contemplam o tempo presente, totalmente articulado com o cotidiano representado nas narrativas. A acessibilidade e o emprego de linguagem simples³³ promovem, na auto-ajuda, um discurso muito parecido com um diálogo entre amigos, com uma conversa.

Existe, ainda, uma argumentação que busca garantir o compromisso e o comprometimento do leitor para com o discurso.

(a) Uma extorsão funciona a partir de **nossas** fraquezas emocionais. Porque, se **nós tivermos** consciência do que **estamos** dispostos a dar, **podemos** deixar isto claro para a outra pessoa (SHINYASHIKI, 1985, p. 56).

(b) **Nossos** filhos **têm** a chama do divino dentro de si, mas cada um a mantém acesa de determinada maneira, de acordo com **sua** própria beleza (SHINYASHIKI, 1997, p. 150).

(c) **Vamos construir esse sonho juntos!!!**
Eu ficaria imensamente feliz se este livro que **você** tem nas mãos **o** motivasse a **se** engajar num projeto social. Eu adoraria que **você** descobrisse que abrir o coração é muito mais que aprender a amar **seus** filhos, é aprender a amar os filhos de todos os pais do planeta (SHINYASHIKI, 2003, p. 179-180).

³³ As questões que tratam da *linguagem simples* empregada na constituição do gênero auto-ajuda encontram-se explicitadas no capítulo anterior.

O compromisso e o comprometimento do leitor com o enunciado são garantidos pelo uso que Shinyashiki faz dos verbos na 1ª pessoa do plural, conforme destaques nossos nos excertos: *tivermos, podermos, vamos*, em que inclui o leitor no debate. Também se observa a chamada direta ao leitor com o uso do pronome de tratamento *ocê* e o comprometimento promovido pelo uso dos pronomes oblíquos e possessivos de 3ª pessoa.

Enfim, o gênero auto-ajuda, no *corpus*, “conversa” com outros gêneros, como o religioso, o científico, o culinário, os manuais de procedimentos etc. De uma certa forma, ele responde, concede uma *contrapalavra* aos discursos dos outros gêneros. As *contrapalavras* do discurso da auto-ajuda partem de uma exposição implícita dos problemas pós-modernos das diversas áreas, vistos como defeitos e situações a serem superadas. As críticas negativas são divulgadas por meio de relato de situações do cotidiano, nas quais o sujeito contemporâneo se reconhece. É, em seguida, apresentada uma alternativa legitimada, por conta dos discursos e das vozes anteriores, como garantia de superação e como meio de levar o sujeito a vislumbrar uma solução que é a única possibilidade de alcançar a felicidade. Na verdade, oferece uma alternativa e isso mostra que a auto-ajuda é tão manipuladora quanto o discurso do qual parte.

Em Shinyashiki, o gênero auto-ajuda destaca valores como a racionalização das emoções, o instante enquanto tempo imediato para a mudança, a heterogeneidade que promove o encontro de sujeitos sociais distintos que fazem parte de uma massa, mas têm, na auto-ajuda, a sensação de serem exclusivos. A acessibilidade do gênero garante a popularidade, assim como as estratégias discursivas de Shinyashiki que o aproximam do leitor, por meio de sessões

terapêuticas ao necessitado sujeito contemporâneo que se mostra, no texto, fracassado e infeliz e cuja saída e melhora encontram-se na fé e na crença de uma possível transformação, direcionada pela auto-ajuda, que cumpre, nesse sentido, sua função social, possibilitando, ao sujeito, a sensação de poder realizar-se e realizar o que dele se espera.

4 ARGUMENTAÇÃO

4.1 SOBRE ARGUMENTAÇÃO E DISCURSO

Estudar argumentação na perspectiva da *Nova retórica*³⁴ (PERELMAN; TYTECA, 1996), na presente tese, significa examinar os argumentos da auto-ajuda de Shinyashiki, por meio do discurso do *sujeito sábio* e do *sujeito experiente*, constituídos por múltiplas vozes que difundem valores diversos socialmente aceitos e constitui seu interlocutor; e, ainda, analisar as respostas decorrentes das demandas das atividades humanas, processo de construção de sentido que Bakhtin (1997) denomina *contrapalavra*³⁵, por isso, dependente da resposta do outro.

³⁴ Aristóteles, no capítulo quinto de *Organon*, reúne discussões sobre o silogismo analítico e o dialético. “O primeiro se traduz numa demonstração fundada em proposições evidentes, que conduz o pensamento à conclusão verdadeira, sobre cujo estudo se alicerça toda a lógica formal; o outro se expressa através de um argumento sobre enunciados prováveis, dos quais se poderiam extrair conclusões apenas verossímeis, representando uma forma diversa de raciocinar. Evidentes, para Aristóteles, são as proposições que por si mesmas garantem a própria certeza, ao passo que prováveis são as que enunciam opiniões aceitas por todos, pela maioria ou pelos sábios” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. X-XI – grifos dos autores). Durante vinte e três séculos, foi contemplado o silogismo analítico, ficando inerte o dialético. Somente, em 1947, o belga Chaim Perelman, juntamente com sua colaboradora Lucie O. Tyteca, resgatam a idéia da *dialética* aristotélica como saber necessário e pertinente, sujeito a regras próprias e, portanto, controlável, ampliando as reflexões sobre o discurso argumentativo, com destaque para os estudos sobre o auditório interno e auditório universal nos processos de comunicação. Surgiu, assim, *O tratado da argumentação: a nova retórica*. A principal preocupação de Perelman e Tyteca era entender os meandros pelos quais os **valores** se introduzem no processo de subsunção de fatos a normas gerais, ou seja, as premissas da argumentação não são evidentes, mas resultam de um acordo entre quem argumenta e seu auditório; trata-se de uma análise pelas vias do verossímil. Apesar de ser um estudo feito para a área jurídica, empregam-se, na presente tese, os preceitos para a análise da argumentação da auto-ajuda. Ao tocar nas questões de **valores**, confirma-se a possibilidade de um diálogo com as preocupações bakhtinianas acerca de discurso, estudadas anteriores, em que é possível observar os valores e as ideologias que um determinado discurso veicula. Também o foco dado por Brunelli (2004), no exame do discurso da auto-ajuda, referente à análise de modais epistêmicos que enfatizam a avaliação e o julgamento de um falante sobre o conteúdo de um enunciado, é significativo para a presente tese, permitindo um estudo reflexivo sobre a verossimilhança, em perspectiva argumentativa.

³⁵ Ao considerar *contrapalavra*, em perspectiva bakhtiniana, que remete à resposta de um interlocutor a um dado discurso, faz-se necessário apontar a concepção de discurso na *Nova retórica* e sobre ela

Perelman e Tyteca (1996) afirmam que a *Nova retórica* é:

‘o discurso do método’ de uma racionalidade que já não pode evitar os debates e deve, portanto, tratá-los e analisar os argumentos que governam as decisões. Já não se tratar de privilegiar a univocidade da linguagem, a unicidade *a priori* da tese válida, mas sim de aceitar o pluralismo, tanto nos valores morais como nas opiniões. A abertura para o múltiplo e o não-coercitivo torna-se, então, a palavra-mestra da racionalidade (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. XX-XXI).

Os autores contemplam uma argumentação mais abrangente, no sentido de não se respaldar em proposições evidentes, mas em questões verossímeis, enfocando os valores e as diversas “vozes”³⁶ que constituem os aspectos morais e as opiniões. Os autores não criticam a razão, mas abrem caminhos para outras formas de análise argumentativa, por meio, também, da racionalidade.

Cabe à argumentação “[...] o estudo das técnicas discursivas³⁷ que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 4).

fazer algumas observações: “[...] o discurso é um ato que, como todo ato, pode ser objeto, da parte do ouvinte, de uma reflexão. Enquanto o orador argumenta, o ouvinte, por sua vez, ficará inclinado a argumentar espontaneamente acerca desse discurso, a fim de tomar uma atitude a seu respeito, de determinar o crédito que lhe deve dar. O ouvinte que percebe os argumentos não só pode percebê-los à sua maneira como é o autor de novos argumentos espontâneos, o mais das vezes não expressos, mas que ainda assim intervirão para modificar o resultado final da argumentação” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 213). Não se considera, na presente tese, o **ato (discurso)** alheio ou externo ao sujeito, mas como algo que o constitui. Assim, o discurso do orador, antes de ser proferido, já fora constituído anteriormente em contexto social. Por isso, o orador não é visto como alguém ou algo posicionado em lugar privilegiado, como postula a *Nova retórica*. Orador e auditório constituem-se por meio do discurso - em um dado tempo e espaço - que tem os argumentos refletidos, para verificar os valores que veicula. Se, nas discussões sobre argumentação, o discurso é visto como resultado, em Bakhtin/Volochinov (2002), trata-se de um processo de interação. O confronto – pontos coincidentes e contrastantes - entre a teoria da argumentação e da enunciação, nesta pesquisa, justifica-se pela necessidade que surgiu do exame dos argumentos no *corpus*, no tocante aos valores que constituem o discurso da auto-ajuda e seu sujeito postulado.

³⁶ Entendem-se “diversas vozes” em perspectiva bakhtiniana.

³⁷ São consideradas como elementos de que dispõe o orador para despertar a atenção do auditório em determinado ponto, de acordo com sua necessidade ou interesse argumentativos. Nesta tese, a concepção estabelece um contraponto, pois o seu aceite remete a sujeitos constituídos de maneira

A argumentação, na *Nova retórica*, enfoca o estudo de raciocínios dialéticos, ou seja, raciocínios que estão vinculados a uma opinião, ao verossímil, como formas que são aceitas por um auditório, contrariamente ao conceito de *evidência* que se funda na pura razão, na lógica formal.

Na teoria da argumentação, em Perelman e Tyteca (1996), não só as evidências são unidades de convencimento, mas as opiniões, fruto de julgamento do sujeito, também são objeto de reflexão como forma de garantir a *adesão dos espíritos*. Brunelli (2004, p. 14) apresenta discussões sobre modalidades³⁸ epistêmicas, considerando-nas como o “[...] julgamento humano do que é possível acontecer”. Acrescenta discussões sobre as modalidades epistêmicas subjetivas que se aproximam do tratado pelos autores belgas quando afirma que, ao modalizar subjetivamente uma proposição, o falante se coloca como “[...] fonte da informação e também como aquele que apresenta um julgamento sobre a informação contida na predicação, daí que a origem de uma proposição modalizada subjetivamente não pode ser questionada” (2004, p. 17). Os julgamentos e o orador são elementos de destaque nos estudos argumentativos.

Além das discussões sobre a *razão* e *opiniões*, é necessário esclarecer o destaque que é dado à linguagem nos estudos de argumentação, mesmo que destoante da concepção desta investigação. Perelman e Tyteca (1996, p. 9) afirmam que os processos argumentativos somente são possíveis com o emprego que se faz da linguagem: “[...] qualquer ação que visa a obter a adesão cai fora do campo da

diferenciada, garantindo ao orador um *status* privilegiado, diferentemente do que propõe o círculo bakhtiniano – e que é contemplado nesta pesquisa - sobre a constituição dos sujeitos. As técnicas discursivas aqui devem ser vistas como unidades inerentes à constituição de um discurso, produzido socialmente e que responde a uma demanda dos sujeitos.

³⁸ Brunelli (2004), com base em Koch (1986), afirma que “[...] as modalidades são entendidas como manifestações de subjetividade, mas especificamente, como índices de atitude do falante perante os enunciados que produz, daí o fato de serem consideradas como parte da atividade ilocucionária”.

argumentação, na medida em que nenhum uso da linguagem vem apoiá-la ou interpretá-la [...]”. A linguagem, nos estudos sobre argumentação, tem caráter instrumental, contrariando, portanto, as perspectivas bakhtinianas adotadas anteriormente. Na presente tese e capítulo, o estudo da palavra, da linguagem e do discurso assume caráter dialógico.

Em Bakhtin/Volochinov (2002, p. 196), há uma discussão sobre a palavra e o seu sentido nas pesquisas em ciências humanas, afirmando a instabilidade e a incerteza da palavra ideológica, pois: “[...] a palavra é penetrada por uma apreciação social segura e categórica, a palavra que realmente significa é responsável por aquilo que diz”. O aspecto social contempla as múltiplas vozes que fazem difundir os valores. Na *Nova retórica*, é significativo para o contato do orador com o seu auditório, sendo visto como algo externo ao sujeito que deve se adaptar a ele:

Fazer parte de um mesmo meio, conviver, manter relações sociais, tudo isso facilita a realização das condições prévias para o contato dos espíritos. As discussões frívolas e sem interesse aparente nem sempre são desprovidas de importância, por contribuírem para o bom funcionamento de um mecanismo social indispensável.

Assim como o discurso, o aspecto social, nesta tese, contribui para a constituição do sujeito de forma dialógica e não como fator externo a ele.

Perelman e Tyteca (1996), tratando da construção do orador e do discurso, enfatizam o conhecimento do auditório e emprego de recursos paralingüísticos - como músicas, jogos e iluminação - como fatores que desencadeiam a persuasão do auditório. A argumentação, para eles, organiza-se a partir do orador, muito embora seja o auditório quem determina o discurso e, assim,

a estratégia do orador. Surge, aí, a verossimilhança, fruto do aparente consenso de idéias de orador e auditório.

Um processo argumentativo persuasivo se constitui quando o orador, ao organizar o seu discurso, ajusta a distância para manter uma harmonia entre orador e auditório, de forma que apele às paixões e que construa possibilidades de persuadir o interlocutor.

Cumpra observar, aliás, que querer convencer alguém implica sempre certa modéstia da parte de quem argumenta, o que ele diz não constitui uma “palavra do Evangelho”, ele não dispõe dessa autoridade que faz com que o que diz seja indiscutível e obtém imediatamente a convicção. Ele admite que deve persuadir, pensar nos argumentos que podem influenciar seu interlocutor, preocupar-se com ele, interessar-se por seu **estado de espírito** (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 18 – grifos nossos).

O excerto aponta uma perspectiva, um modelo de orador capaz de persuadir seu interlocutor por conhecer seu “estado de espírito”, o que significa saber fazer uso, na argumentação, dos sentimentos e emoções que permeiam o auditório. Os autores belgas, ao tratar a argumentação persuasiva, ainda afirmam que:

O objetivo de toda argumentação, como dissemos, é provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se apresentam a seu assentimento: uma argumentação eficaz é a que consegue aumentar essa intensidade de adesão de forma que se desencadeie nos ouvintes a ação pretendida (ação positiva ou abstenção) ou, pelo menos, crie neles uma disposição para a ação, que se manifestará no momento oportuno (1996, p. 50).

Na *Nova retórica*, o orador detém uma argumentação capaz de posicioná-lo em patamar superior ao auditório, pois é capaz de manipulá-lo e direcioná-lo a prática de ações desejadas. Para tanto, recorre à persuasão e ao convencimento. Perelman e Tyteca (1996) afirmam que a persuasão está ligada a

questões afetivas, pessoais e emocionais e remetem a um auditório particular. Por outro lado, o convencimento está relacionado a um aspecto mais racional e articulado a um auditório universal.

Os estudos de argumentação estabelecem a seguinte noção de auditório: “[...] conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 22). Por meio do auditório, os valores próprios de uma comunidade apresentam-se no discurso de um orador, pois este recorre àquele para a constituição do seu discurso. Não se afirma uma homogeneidade do discurso. Pelo contrário, é necessário observar que um orador pode se deparar com um auditório heterogêneo para o qual deve disponibilizar argumentos diversificados. As discussões sobre a heterogeneidade e sobre os valores veiculados pelos referidos discursos e argumentos justificam os estudos da *Nova retórica* na presente tese.

Perelman e Tyteca (1996) apontam três tipos de auditório: *universal* - aquele constituído pela humanidade inteira; *particular* – formado exclusivamente a partir de uma classe de ouvintes a quem a palavra é dirigida; e, o *auditório formado pelo próprio sujeito* – quando este delibera ou figura as razões dos seus atos. A noção e a distinção de auditório, na *Nova retórica*, são relevantes para o entendimento da constituição do discurso do orador.

As técnicas argumentativas empregadas por qualquer orador, para compor o seu discurso, podem articular argumentos *quase-lógicos*, ou seja, argumentos constituídos a partir da razão, muito próximos às fórmulas da lógica e da matemática; e argumentos *baseados na estrutura do real*, isto é, aqueles que se estabelecem na realidade pelos seus juízos de valor admitidos. O que interessa,

nesta pesquisa, não é descrever a realidade, e apresentar evidências de uma argumentação, mas observar como se constituem as opiniões, os julgamentos que veiculam valores sociais referentes a ela. Por isso, o enfoque é dado ao estudo dos argumentos *baseados na estrutura do real*. Perelman e Tyteca classificam-nos em argumentos de *ligações de sucessão* e de *ligações de coexistência*³⁹. Os primeiros referem-se a argumentações de três tipos:

- a) as que tendem a relacionar dois acontecimentos sucessivos dados entre entres, por meio de um vínculo causal;
- b) as que, sendo dado um acontecimento, tendem a descobrir a existência de uma causa que pôde determiná-lo;
- c) as que, sendo um acontecimento, tendem a evidenciar o efeito que dele deve resultar (1996, p. 299-300).

As *ligações de sucessão* pressupõem uma argumentação de caráter racional, que investiga as relações causais de um acontecimento, em que o aspecto temporal é primordial, além do acordo entre os interlocutores sobre as ações e também sobre o contexto que gerou o acontecimento. As ligações argumentativas são apresentadas por meio de argumentos causais, pragmáticos, desperdício, direção e superação.

Os argumentos causais “[...] visam, a partir de um dado acontecimento, a aumentar ou a diminuir a crença na existência de uma causa que o explicaria ou de um efeito que dele resultaria” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 300). Trata-se, portanto, de estabelecer, a partir de um dado fato, o que é causa e o que é consequência. A hierarquização da argumentação, ou seja, a ênfase à causa ou à

³⁹ As *ligações de coexistência* relacionam “[...] uma essência com suas manifestações [...]” cujo [...] protótipo [...] se encontra nas relações existentes entre uma pessoa e seus atos” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 333-334). Nesse tipo de ligação argumentativa, o aspecto temporal é secundário, o que faz com que a referida técnica argumentativa não seja contemplada nesta investigação.

conseqüência, dependerá dos interlocutores e também do contexto em que o fato ocorreu.

Os argumentos pragmáticos limitam-se a explorar as conseqüências de um acontecimento. Tratam-nas como favoráveis ou desfavoráveis e, por esse motivo, consegue-se enxergar, nesses argumentos, os juízos de valor:

O argumento pragmático, que permite apreciar uma coisa consoante suas conseqüências, presentes ou futuras, tem uma importância direta para a ação. Ele não requer, para ser aceito pelo senso comum, nenhuma justificação. O ponto de vista oposto, cada vez que é defendido, necessita, ao contrário, de uma argumentação; tal como a afirmação de que a verdade deve ser preconizada, sejam quais forem suas conseqüências, por possuir um valor absoluto, independente destas (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 303-304).

Um argumento pragmático se desenvolve pelo acordo entre os interlocutores do valor das conseqüências do fato.

Além do argumento pragmático, os autores também destacam o argumento do desperdício, em que a causalidade não é o ponto essencial. O argumento do desperdício consiste em dizer que: “[...] uma vez que já se começou uma obra, que já se aceitaram sacrifícios que se perderiam em caso de renúncia à empreitada, cumpre prosseguir na mesma direção” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 317). Há um argumento que enfatiza uma oportunidade que não se pode perder; trata-se de um incentivo que deve ser dado a uma competência que deve ser utilizada da forma mais ampla possível.

Numa concepção otimista do universo, a idéia de desperdício incentiva a completar estruturas, integrando nelas aquilo cuja ausência é sentida como algo que se deixou escapar. O sentimento de algo que se deixou escapar pode desempenhar um papel, mesmo quando não se sabe exatamente em que consiste a oportunidade perdida (PERELMAN; TYTECA, 1986, p. 319).

O argumento de desperdício incentiva o sujeito a buscar algo – conhecimento, curiosidade, soluções para problemas.

Os argumentos de direção respondem à questão: aonde se quer chegar? As etapas ou os caminhos para se chegar a um determinado fim não são vistos como relevantes na argumentação, mas sim o resultado. Ainda “[...] há uma série de variantes do argumento de direção que enfatizam a mudança de natureza entre as primeiras etapas e a conclusão” (PERELMAN; TYTECA, 1986, p. 327).

Por fim, os argumentos de superação “[...] insistem na possibilidade de ir sempre mais longe, num certo sentido, sem que se entreveja um limite nessa direção, e isso com um crescimento contínuo de valor” (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 327). Dessa forma, o que interessa é superar, ultrapassar um ponto, transcender, a partir de dois pontos de referência. Cada situação serve de ponto de partida para prosseguir numa certa direção. Entretanto, é imprescindível afirmar que há um final idealizado, talvez inacessível, mas que sugere realização de etapas cada vez mais perfeitas, com a perspectiva de um final significativo:

[...] essa técnica é utilizada para transformar os argumentos contra em argumentos pró, para mostrar que o que até então era considerado um obstáculo é, na realidade, um meio para chegar a um estágio superior, como a doença que deixa o organismo mais resistente, imunizando-o (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 328).

Exemplos de superação estão permeados pelas figuras de linguagem hipérbole e lítote. A primeira refere-se à expressão realizada a partir do exagero, enquanto a segunda refere-se a afirmações constituídas a partir de negações, de contrários.

As discussões anteriores subsidiam teoricamente a observação dos valores constituídos socialmente e o desvelamento do sujeito no discurso contemporâneo, nos textos de auto-ajuda, objeto de análise desta tese.

4.2 ARGUMENTAÇÃO NO DISCURSO DA AUTO-AJUDA

4.2.1 Análise da argumentação no *corpus*

4.2.1.1 Raciocínios verossímeis

Os raciocínios apresentados, nas obras que compõem o *corpus* desta pesquisa, não remetem à lógica e à matemática, mas se caracterizam pelo aspecto opinativo e verossímil, principalmente no que se refere ao aspecto da generalização. Observemos os exemplos:

(a)
Na verdade, temos o mal e o bem dentro de nós e o que devemos fazer é integrá-los. Precisamos estar conscientes desse fenômeno e também das conseqüências que ele provoca. Até os marginais têm, dentro deles, luz para fazer o bem. Se tiverem a oportunidade e souberem tocar nesse ponto de suas almas, poderão se transformar e produzir riquezas para si e para os outros (SHINYASHIKI, 1997, p. 168).

(b)
As pessoas podem cuidar de si; têm esse potencial e podem realizá-lo, embora muito poucas o realizem.
Nós não somos responsáveis pelos outros, nem os outros são responsáveis por nós.
Podemos estar juntos e compartilhar nossas vidas, mas a vida de cada um só a si pertence (SHINYASHIKI, 1985, p. 47).

(c)
A vergonha é uma das piores reações emocionais que alguém pode ter. É uma praga dos nossos tempos. É uma sombra permanente na vida da

maioria das pessoas. É um mal silencioso e traiçoeiro (SHINYASHIKI, 2003, p. 49).

(d)

Uma família saudável é aquela em que as pessoas se sentem protegidas ao experimentar novas condutas, amadas simplesmente por existirem e compreendidas na sua individualidade (SHINYASHIKI, 1992, p. 15).

(e)

A afirmação *querer é poder* guarda em si um argumento perigoso: propõe que nossos desejos tenham, por si sós, o poder de transformar o mundo. Levada às últimas conseqüências, essa idéia sugere que as realizações sejam construídas em um passe de mágica, como nos contos de fada (SHINYASHIKI, 1993, p. 53).

Os excertos permitem identificar os valores – autoconhecimento, fraternidade, família, coragem, consciência, comprometimento - veiculados pelo autor-orador e compartilhados pelo leitor-auditório, porque são valores constituídos socialmente. Observa-se que o autor-orador constrói alguns pontos de vista prováveis, pois possuem um sentido, mas são vulneráveis, uma vez que podem ser questionados: é possível integrar o bem e o mal, conforme proposto em (a)? Todas as pessoas são autônomas para cuidar de si – excerto (b)? Ter vergonha é um empecilho – excerto (c)? A verossimilhança se legitima pela apropriação banalizada e generalizada que o autor-orador faz das múltiplas vozes manifestadas no discurso, entre elas as vozes da religião, da filosofia e da psicologia. No excerto (a), a seleção lexical que destaca “almas”, “bem” e “mal” enfoca um discurso religioso – por isso, possui autoridade - apropriado por Shinyashiki na constituição da argumentação da auto-ajuda. Também o emprego dos verbos “transformar” e “produzir” trazem à discussão o discurso filosófico apropriado, para construir o sentido da necessidade de mudança iminente, por meio de aconselhamentos oriundos de argumentos que direcionam a reflexão do leitor-auditório. No excerto (b), os discursos da psicologia –

no tocante ao destaque que é dado à auto-estima: “As pessoas podem cuidar de si; têm esse potencial e podem realizá-lo [...]”; e da religião, em: – “Podemos estar juntos e compartilhar nossas vidas [...]” aparecem apropriados, ganhando credibilidade pela inclusão do autor-orador (*sujeito experiente*) na argumentação. No excerto (c), o senso comum se faz pela banalização do discurso da Psicologia, ao tratar das questões emocionais por meio de estratégias discursivas simbólicas – “a vergonha é uma praga, é uma sombra, é um mal silencioso e traiçoeiro”. Ainda, no excerto (d), a generalização de uma análise sobre a temática “família” procede-se por meio de banalização de preceitos da sociologia. E, por fim, no excerto (e), a popularidade do discurso está garantida no emprego de um dito popular – “querer é poder”, o que aproxima o autor-orador do leitor-auditório, e cuja argumentação apresenta preceitos de filosofia apropriada, de maneira banalizada.

As provas que compõem a argumentação de auto-ajuda, nas obras analisadas de Roberto Shyniashiki, são, na maioria, provas dependentes, isto é, estão vinculadas ao raciocínio, aos meios e aos métodos empregados pelo autor-orador na constituição do discurso, confirmados por meio da apropriação de discursos de diversas áreas do conhecimento que já são reconhecidas socialmente e discutidas anteriormente. Não se pode desconsiderar o emprego de provas independentes no decorrer dos textos de Shinyashiki, entretanto, são menos recorrentes. Os nomes de autores, músicos, líderes espirituais e frases populares passam, nos textos, com pouca frequência, por meio de citações literais, paráfrases, epígrafes e narrativas que introduzem discussões. Assim, em:

- *O sucesso é ser feliz* (1997), há as seguintes chamadas: Roberto Carlos, Chaplin, John Lennon, Richard Bach, Buda, W. Churchill, Deus, Cristo, Osho, Aristóteles, Jacqueline Small, Frank Natale.
- *A carícia essencial* (1985), encontra-se: Claude Steiner, Harlow, Spitz, Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Woody Allen, Chico Buarque, Richard Bach.
- *Pais e filhos: companheiros de viagem* (1992), observa-se: Deus e Cristo.
- *O poder da solução* (2003): Buda e Chico Xavier.
- *Sem medo de vencer* (1993), encontram-se: Leila Diniz, John Lennon, Getúlio Vargas e Eric Berne.

Se analisadas as áreas de conhecimento de origem dos nomes chamados no decorrer dos textos, pode-se ter uma noção da variedade de áreas – música, cinema, religião, política, filosofia - por que o autor-orador percorre, justificando a afirmativa anterior sobre a multiplicidade de vozes (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2002) que compõe a argumentação da auto-ajuda, na obra de Shinyashiki.

Além dos nomes explicitados, o autor-orador faz também uso de provérbios, parábolas e ditados orientais. Entretanto, o emprego dos recursos é menos recorrente no *corpus*.

São enfatizadas, pelo autor-orador, paixões, sentimentos, emoções, como formas iniciais de sedução do sujeito, que antecedem a argumentação

baseada em orientações, prescrições e fórmulas, que *ensinam* o sujeito a racionalizar as emoções.

4.2.1.2 O orador, o auditório e os recursos discursivos da argumentação

Considerando que os valores de uma comunidade podem ser observados no discurso do orador, emerge, do discurso de Shinyashiki, um chamamento à ação, construído a partir do senso comum e juízos cujos contornos nem sempre se mostram precisos, porque destacam os sentimentos, mas que, entretanto, deixam entrever um jogo vicioso. A argumentação, no discurso de autoajuda de Shinyashiki, serve-se dos recursos lingüísticos, como quem o faz através de artifícios oratórios (REBOUL, 2000), partindo do entendimento da voz do outro, construindo-se a partir dela. No *corpus*:

O coração de gelo

Esse é o estilo de vida das pessoas que desprezam sentimentos, detestam vínculos e vivem para colecionar conquistas.

Encontro esse personagem com frequência na cadeira dos presidentes de empresas, especialmente nas multinacionais. Em geral, suas conversas giram em torno de números; não somente os seus, mas os de todas as pessoas que convivem com eles. Para eles, as pessoas valem por suas riquezas. Na escola, valorizam as notas, nas empresas valorizam os salários, o faturamento e a lucratividade.

Quando se propõem conseguir alguma coisa, passam por cima dos outros para atingir esse objetivo. Tratam as pessoas de maneira diferente segundo seus interesses e as manipulam para conseguir o que querem.

Lógico que esse estilo de vida não é exclusivo de pessoas ricas. Há recepcionistas e motoristas que agem da mesma forma para ser valorizados, jovens atletas que são capazes de fazer “pactos com o diabo” para ser titulares, gerentes que se casam, sem amor, com herdeiras de grupos empresariais para subir na carreira, candidatas a modelo que se envolvem com homens ricos para ficar famosas.

Em resumo: **são pessoas que desprezam os sentimentos para subir na vida**. Enxergam relacionamentos apenas com perspectivas profissionais: vão a festas à procura de negócios e não têm amigos de verdade, somente clientes em potencial. Não saem com quem gostam de conversar, e sim com quem pode ajudá-las a atingir seus objetivos (SHINYASHIKI, 2003, p. 95-96 – grifos do autor).

O discurso de auto-ajuda, em Shinyashiki, faz um caminho circular, conforme excerto anterior: constituído pelo próprio autor-orador, que é um sujeito social, alimenta-se do senso comum e da apropriação das mais diferentes áreas do conhecimento, ao tratar da relação conflituosa – na perspectiva do autor - de um sujeito com o seu campo profissional, assunto próprio da psicologia. Em Shinyashiki, aparece banalizada por meio do emprego de exemplos generalizantes: “presidentes de empresas”, jovens atletas, motoristas, recepcionistas. Em seguida, penetra o discurso do auditório, imaginando-o e constituindo-se, partindo do princípio de que esse auditório concorda com seu ponto de vista, como em: “[...] suas conversas giram em torno de números [...]”, “Quando se propõem conseguir alguma coisa, passam por cima dos outros [...]”, “Lógico que esse estilo de vida não é exclusivo de pessoas ricas”. Posteriormente, o discurso da auto-ajuda se reconstrói, à guisa do raciocínio dialético e verossímil, alinhavado pelo discurso do orador e, finalmente, volta para o auditório, fortalecido pela palavra que completa as lacunas do mesmo. Tudo, de forma a gerar, no auditório, o entendimento que se constrói por meio dos argumentos fundamentados na estrutura do real, pressupostos pelo autor-orador, legitimando-se, assim, sem exigir evidências para que se atestem as possibilidades, a percepção do verossímil, que, por si só, age como gatilho da ação-reação esperada pelo autor-orador. De acordo com Mosca (2001, p. 21), as questões da *Nova retórica* que tratam do verossímil mostram-se significativas porque:

[...] à atitude de descrença nos efeitos da Retórica segue-se a convicção de que é no mundo da opinião, da *doxa* que são tecidas as relações sociais, políticas e econômicas, uma vez que é a esta que tem acesso e não ao que se chamaria “mundo da verdade”. Postula-se uma retórica do **verossímil**, em que há espaço para o não-racional sob suas diversas formas: a da sensibilidade, da sedução e do fascínio, da crença e das paixões em geral.

A ação nem sempre será motivada pela razão, pois cabe, no mais das vezes, ao irracional, à gênese da prática (PERELMAN; TYTECA, 1986), conforme se pode observar na argumentação de auto-ajuda de Shinyashiki. A consciência do auditório, se baseada apenas em fatos e verdades, deveria lastrear-se por evidências (PERELMAN; TYTECA, 1986), mas, em seu mecanismo de argumentação com o mundo, o faz a partir de ligações de coexistência, gerando, na maioria das vezes, um senso comum, uma banalização ou uma generalização, cujas explicações caminham pelas vias do verossímil, pois a leitura do mundo do sujeito está marcada por outros discursos e vozes, anteriores à sua, discussões essas recorrentes no *corpus* ora em análise.

O processo de construção argumentativa, em Shinyashiki, faz-se, pelo autor-orador, especialmente, através da utilização de metáforas e comparações, o que reforça o caráter onírico do discurso da auto-ajuda, uma vez que as figuras, em forma adormecida (PERELMAN; TYTECA, 1986, p. 459), buscam, no senso comum, os discursos que animam sonhos e esperanças, embora o façam com a estratégia de uma aparente razão, quando, na verdade, persuadem com as já citadas vozes, que só podem operar no entendimento da emoção. As metáforas, cuja origem exata não se pode conhecer (PERELMAN; TYTECA, 1986, p. 463), harmonizam autor-orador e auditório-leitor, posto que, novamente, emerge o senso comum, travestido de razão.

Nas obras que compõem o *corpus*, existem muitas subdivisões⁴⁰ no desenvolvimento dos textos. As figuras de linguagem - metáfora e comparação - são empregadas, em sua maioria, para a composição das introduções de cada

⁴⁰ Exemplo de subdivisões no *corpus* é apresentado no Anexo A.

subdivisão. A cada introdução, uma metáfora ou uma comparação que enquadra o sujeito à situação de fracasso e de insucesso ou enquanto personagem de uma narrativa. Representam uma situação catastrófica ou uma lição de moral sobre a qual o sujeito deve se atentar, observando sempre os direcionamentos do autor-orador que orientam a ação do sujeito. Também, nas conclusões, as figuras são encontradas, como forma de reforçar os valores aos quais o sujeito deve aspirar.

Na introdução do capítulo: *A montanha do amor*.

O amor quase sempre começa com uma paixão.
Vem como uma tempestade em alto mar, que interrompe a calma de uma vida que parecia segura e tranqüila (SHINYASHIKI, 1993, p. 87).

Na conclusão do capítulo: *A montanha do amor*.

O amor é esse combustível que nos leva a ousar, nos entregar. Que nos dá paciência, perseverança e especialmente coragem para sermos nós mesmos.
O amor é o colírio que deixa os olhos mais brilhantes.
O unguento que deixa a pele aveludada.
É quem nos diz, em meio à dor da separação: "Valeu".
Na incerteza do início: "Avance".
Na descoberta do outro: "Viva!"
Todas as pessoas têm vocação para o amor.
É como o perfume da rosa: inevitável. A rosa não escolhe quem vai cheirá-la, não compara sua fragrância com as outras e não disfarça seu odor. Simplesmente exala.
O amor também é inevitável!
É a força que nos faz dar o mais distante dos saltos: aquele que vai do medo à entrega (SHINYASHIKI, 1993, p. 116).

No excerto da introdução, o autor discute o tema *amor*, tratando-o inicialmente como uma força arrebatadora, usando como recurso lingüístico a comparação. Na conclusão, empregando técnicas semelhantes, com ênfase em metáforas, direcionando a ação do indivíduo.

O fim último da argumentação é a adesão às asserções que se apresentam ao auditório. Para tanto, o discurso de Shinyashiki não deve aparentar ser coercitivo e nem arbitrário, pois é preciso que se garanta, ao menos em ilusão, a liberdade dos discursos pessoais, anteriores às iniciativas da argumentação última. A aparente escolha faz remeter, ao leitor-auditório, a sensação de escolha racional. Em seu discurso de auto-ajuda, Shinyashiki opera dessa maneira, por exemplo, quando diz “Eu aqui, no meu canto, torço para que você descubra sua maneira de ser feliz”. (SHINYASHIKI, 1997, p. 198). Um chamamento velado à ação, para que o auditório aja, descobrindo “sua maneira de ser feliz”. Como se “ser feliz” dependesse de descobrir / escolher entre possíveis alternativas. O onírico, na proposta-contrato, finaliza o discurso. O orador, como o detentor do conhecimento, de alguma maneira, *retira-se* e aguarda, após ter “dividido” sua sabedoria com “aquele que precisa ser feliz”. Observa-se, ainda, que a conclusão do autor-orador, aparentemente moderada e tímida, dá, ao auditório, motivação suficiente para, ele próprio, “redesenhar” o fechamento conclusivo e a própria participação do autor-orador, que vem a ter sua autoridade reforçada, pelo próprio auditório, que não se vê forçado a aderir ao que lhe é postulado, fazendo-o voluntariamente (PERELMAN; TYTECA, 1986, p. 530).

Além disso, observamos que a composição argumentativa do discurso da auto-ajuda está correlacionada com o que Perelman e Tyteca (1996) chamam de persuasão, atingindo um auditório mais particular, no sentido de tocar, de remeter à emoção, aos sentimentos de uma classe de ouvintes e leitores. Notamos que a argumentação do orador transita da persuasão ao convencimento – de um auditório

particular a um auditório universal que se sente tocado ou inserido na situação descrita.

Todo indivíduo necessita de três alimentos vitais para sua alma: fé, força interior e amor. Na falta de um deles, as pessoas estruturam na infância alguns modelos para ser infelizes.

A falta de amor na infância costuma gerar adultos hiper-reponsáveis, profissionalmente competentes mas solitários, que continuam a viver sem amor.

A falta de fé leva ao medo. São aquelas pessoas que, independentemente de qualquer coisa que lhes aconteça de bom ou ruim, estão sempre assustadas. Por melhor que estejam suas vidas, têm a sensação de que estão prestes a sofrer uma desgraça.

A criança cujo poder de transformação é anulado torna-se um adulto sem força para lutar. Perde oportunidades e coleciona fracassos. Passa a vida sentindo-se vítima do destino.

Muitos pensam que apenas os pobres, ou os ricos, podem ser infelizes. Na verdade, a infelicidade é uma doença que não escolhe classe social (SHINYASHIKI, 1997, p. 56).

A temática do autor-orador apela à infelicidade e aos fatores que a desencadeia, na tentativa de seduzir o leitor-auditório, primeiramente de forma individual, tentando enquadrá-lo a uma das situações postas. Em seguida, o autor-orador trabalha com o homem em seu conjunto, por isso, um auditório universal, tentando convencê-lo. O léxico que permite essa afirmação é: *todo indivíduo, as pessoas, adultos, aquelas pessoas, adulto, criança, muitos, pobres, ricos, classe social*. A argumentação se mostra persuasiva porque cada ouvinte do auditório universal parece ser exclusivo, único e vivenciar toda ou parte da situação relatada pelo autor porque os argumentos estão muito próximos da realidade da maioria dos indivíduos. Buscando promover a adesão dos espíritos, o autor-orador assume postura dogmática, por isso, inquestionável, orientando o entendimento de seu leitor-auditório. Para tanto, Shinyashiki arrisca-se a ter seu discurso (de médico e psiquiatra) despido dos rigores próprios de sua natureza, para travestir-se e assumir,

assim, características do senso comum. Além disso, há, entre autor-orador e leitor-auditório, uma comunhão de interesses; ambos estão envolvidos em um mesmo universo: um discurso que garanta a obtenção de determinados fins, no caso em questão, a felicidade. Nessa construção argumentativa, o autor-orador configura seu discurso, situando-o nos terrenos da verdade, embora, não tenha saído, nunca, do âmbito da opinião, do verossímil. A evidência é corroborada pela recorrente utilização de senso comum, clichês, testemunhos de autoridade, diversas vezes (às vezes dissonantes), paradoxos. Faz parte da estratégia do autor-orador, também, incluir-se no próprio auditório, o que otimiza sua relação ao mesmo tempo em que faz emergir a verossimilhança de suas asserções.

Uma das formas de persuasão e de convencimento que possibilita a constituição do leitor-auditório é o emprego de uma argumentação que enfatiza os seus defeitos: “O reconhecimento, por parte do interlocutor, de sua inconsistência e do seu desconhecimento de si funciona como rendição da guarda na operação-partejo” (SÓCRATES apud GIANNETTI, 1997, p. 91). Como é visto na citação anterior e em muitos outros trechos do *corpus*, as faltas, as lacunas, caracterizam o indivíduo, deixando-o vulnerável ao seu autor-orador e às suas recomendações. Dentre os apelos iniciais às lacunas, são observados no *corpus*:

(a)

Quantos projetos maravilhosos fracassaram porque as pessoas não foram para a frente de batalha! São administradores que trabalham com base em relatórios e não vão ver o que está acontecendo com seus clientes, quais são suas necessidades, suas expectativas, seus anseios. Um belo dia, esses administradores fazem a dramática constatação de que a falência está próxima. E, a essa altura dos acontecimentos, não há muito mais o que fazer (SHINYASHIKI, 2003, p. 29).

(b)

[...] lembrei-me do monte de situações que se repetem em minha vida. Parece que sempre encontro um chefe que não valoriza meu trabalho, um colega que insiste em me criticar e está sempre querendo me corrigir. Deve haver alguma conexão nisso. Como eu permitiria que essas pessoas se sentissem no direito de fazer essas coisas comigo? (SHINYASHIKI, 1993, p. 77-78).

(c)

Acreditar que não somos capazes de conquistar amor de uma forma constante é a base do fechamento e empobrecimento da família. A partir dessa crença, o núcleo familiar deixa de ser um espaço de crescimento para se tornar um local de proteção contra pessoas de fora que podem aparecer para levar o afeto da pessoa querida (SHINYASHIKI, 1992, p. 66).

(d)

Observa-se que a maioria dos adultos não sabem pedir diretamente o que necessitam, muitas vezes porque perderam a consciência do que necessitam (SHINYASHIKI, 1985, p. 103).

(e)

Talvez você venha pensando ultimamente que está na hora de transformar sua vida. Parece que, enquanto todos vivem uma vida colorida, você não consegue sair do cinza. Mas o que importa não é saber se os outros estão mais ou menos felizes, e sim o que fazer para saborear mais a sua vida (SHINYASHIKI, 1997, p. 41).

Nos excertos anteriores, há recursos discursivos empregados pelo autor-orador no sentido de despertar, no leitor-auditório, uma lacuna ou uma deficiência na sua vida, como o isolamento que impede o amor, o fracasso no trabalho, as formas incorretas de amar, a inconsciência e a infelicidade. Os recursos tornam o interlocutor mais vulnerável, pois seduzido, ao discurso do autor-orador. Após a sedução, o autor-orador prescreve a conduta do leitor-auditório por meio de recursos lingüísticos freqüentes, como o uso: de infinitivos e imperativos, do tempo verbal presente, dos pronomes “você” e “nós” (quando o orador se insere no discurso), do verbo *ser* no presente do indicativo. Freqüentemente, o autor-orador resume os seus comentários, destacando-os com letras maiúsculas ou fazendo uso do negrito. De acordo com Brunelli (2004, p. 51), “[...] esses procedimentos textuais

não só reforçam as teses apresentadas, como também destacam o que elas têm de principal, apontando aos seus interlocutores um atalho para a própria 'essência' do texto".

Os recursos promovem uma interação entre o autor-orador e o leitor-auditório, além de um compromisso do interlocutor com um modo mais *ativo* de ser, dentro do enquadramento e da prescrição estabelecidos pelo orador. O comprometimento e o compromisso mostram-se valores significativos na argumentação da auto-ajuda.

4.2.1.3 Ligações de sucessão

No *corpus* desta pesquisa, todos os tipos de argumentos que promovem ligações de sucessão estão presentes, com recorrência significativa aos argumentos de direção e de superação.

Na auto-ajuda de Shinyashiki, as causas dos acontecimentos são relegadas e o autor procura encontrar soluções para os efeitos de determinados acontecimentos. Assim, um mundo conturbado, desorganizado, ruim é apresentado, e soluções para viver nesse mundo são apontadas. Não se pensa nas causas que geraram a desordem, mas em como sobreviver em meio às conseqüências dela.

(a)

Na vida, é importante acertar da primeira vez, porque nem sempre dá para passar a limpo tudo o que foi feito de errado. Perceba que a oportunidade está no presente, não no passado. Então aproveite esse momento, pois ele nunca se repetirá (SHINYASHIKI, 1997, p. 44).

(b)

Cada um de nós pode iniciar a sua revolução natural.

Cada um de nós pode reestruturar seu grupo, suas relações.
Cada um de nós pode criar respeito ao ser humano.
E não existe o perigo do pecado!
Nem do homem virar uma besta! (SHINYASHIKI, 1985, p. 42).

(c)

Muitas vezes o casal adia o enfrentamento de suas frustrações conjugais porque dá prioridade aos cuidados dos filhos. Quando eles crescem, o casal precisa ter a coragem de se olhar de frente e perguntar: “Como vamos estruturar as nossas vidas agora que temos mais tempo só para nós dois?”

.....
[...] é importante não só cuidar dos filhos durante a crise, mas também assumir a sua parte nela, não jogar responsabilidades que são suas nos ombros de outra pessoa e saber entrar na nova fase de relacionamento que se apresenta (SHINYASHIKI, 1992, p. 71-72).

(d)

[...] como ninguém agüenta ficar por baixo o tempo todo, começa a culpar alguém.

A culpa é do pai ou da mãe, do marido ou da esposa, do subordinado ou do chefe. Aí aparecem a vontade de se vingar, o sentimento de injustiça, os ciúmes.

Até que chega um momento em que o indivíduo se depara com o outro e consigo mesmo, e então essa pessoa sente-se num beco sem saída. Está montado o cenário da depressão, da sensação de que nada funciona e nada dá certo. A pedra rolou montanha abaixo (SHINYASHIKI, 1993, p. 24).

(e)

O motor dos protetores do universo é a culpa. Na infância, eles se sentiam culpados porque os pais brigavam ou porque a mãe era depressiva ou, ainda, porque o pai abandonou o lar. Em sua lógica infantil, pensavam que os adultos se comportavam assim por causa deles (SHINYASHIKI, 2003, p. 62).

Os trechos citados sustentam a tese de que o sujeito-leitor não deve refletir sobre a origem da situação desastrosa em que se encontra, mas buscar soluções para aliviar seu fracasso. O indivíduo deve contemplar o presente e programar o seu futuro, esquecendo-se do passado. Nesse sentido, constrói-se uma argumentação por meio de argumentos causais, mas não se pode afirmar que são essencialmente causais, pois estão envolvidos pela direção, pelo desperdício e pela superação.

Além dos argumentos causais, os argumentos pragmáticos (PERELMAN; TYTECA, 1996) têm um efeito significativo na auto-ajuda. Eles permitem que o orador manifeste seus juízos de valor, juízos que não são individuais, mas constituídos mediante uma concessão coletiva:

Você é o grande criador da maior obra do universo, sua vida. A única pessoa que pode dar a sua forma final é você mesmo. No passado, seus pais o criaram com a ajuda de aos, professores e todo o contexto que foi sua infância. Eles o criam do jeito deles, e fizeram o melhor que puderam. O ruim é quando você simplesmente mantém o que eles fizeram (SHINYASHIKI, 1997, p. 133).

O autor promove a constituição de um valor, de um juízo, no sentido de dizer que é preciso melhorar, superar a educação dada pelos mais velhos aos mais novos. Não se medem, em momento algum, as repercussões da educação dos mais velhos sobre os mais novos – os aspectos positivos e negativos – mas se aspira ao diferente. Nota-se, ainda, uma incoerência significativa entre o primeiro enunciado e os demais quando o autor afirma que o indivíduo é o criador da sua vida e, em seguida, afirma que a vida do indivíduo é fruto daquilo que as instituições sociais promoveram nele.

Os argumentos pragmáticos desenham-se, no mais das vezes, como clichês que reforçam o reconhecimento do leitor-auditório no discurso de Shinyashiki. As duras condições de vida, marcadas por sofrimento e privações, permitem que esses argumentos levem o leitor-auditório a vislumbrar condições de ação, como em:

(a)
Chegou a hora de assumir o comando de sua vida (SHINYASHIKI, 1997, p. 20).

(b)

Aprenda a rir de tudo, especialmente de você mesmo. Entenda que todo mundo erra. Em vez de dar uma bronca na turma quando o erro acontecer, brinque com a situação. Você deixará todos mais relaxados para encontrar uma solução (SHINYASHIKI, 2003, p. 82).

(c)

A cada um compete aprender a cuidar bem de si, satisfazer as próprias necessidades e principalmente fazer as mudanças necessárias para que determinadas características de personalidade não continuem a ser transmitidas de geração a geração como uma doença genética (SHINYASHIKI, 1992, p. 15).

(d)

AFINAL, VOCÊ PODE REALIZAR-SE EM TUDO O QUE VOCÊ TEM DE POTENCIAL (SHINYASHIKI, 1985, p. 85 – destaque do autor).

(e)

[...] trate de enfrentar os desafios e afaste as fantasias catastróficas do topo da sua montanha. Entenda que a felicidade não é um pecado. Desastres podem ocorrer a qualquer um – não são uma punição dos céus (SHINYASHIKI, 2003, p. 29).

A investigação dos argumentos pragmáticos, nos textos, permite afirmar que a maioria deles encerra os capítulos ou subitens, indicando, ao leitor-auditório, uma ação, por meio de raciocínios verossímeis. Na auto-ajuda de Shinyashiki, os argumentos pragmáticos partem dos causais, principalmente, no tocante aos efeitos, nos quais se concentram e, promovem, em seguida, um direcionamento para o leitor-auditório. O juízo de valor atribuído, por meio dos argumentos pragmáticos, emerge das conseqüências dos acontecimentos narrados por Shinyashiki, através de argumentos causais; valida-se pelo discurso social e sugere um agir, uma praxe. Nesse sentido, constitui-se um encadeamento de argumentos causais, pragmáticos e direção.

O argumento do desperdício que postula que não se pode deixar de lado uma obra que já foi iniciada, esclarece que é preciso preencher as lacunas que foram sendo deixadas no decorrer de um acontecimento.

A grande verdade é que você é a pessoa que escolhe ser. Todos os dias você decide se continua do jeito que é ou muda. A grande glória do ser humano é poder participar de sua autocriação.

Quando você nasceu, Deus não rogou uma praga para você ser tímido, distraído ou confuso. Ele lhe proporcionou todas as ferramentas para você participar de sua autocriação (SHINYASHIKI, 1997, p. 137).

O autor-orador transfere para o indivíduo as possibilidades que ele tem de preencher as próprias lacunas, salientando que cada um é autor da própria obra: a vida, que não pode ser desperdiçada, pois é uma oportunidade que deve ser aproveitada com toda competência da forma mais ampla possível. Além disso, o autor-orador afirma que Deus deu, ao homem, as ferramentas para que se complete, mas não fez o homem completo. O exame do discurso da auto-ajuda no *corpus*, referente aos argumentos de desperdício, destaca a necessidade do sujeito aproveitar todas as oportunidades que se lhe apresentam, evitando sofrimentos e danos e contemplando o sucesso e a felicidade. É exigida transformação instantânea, conforme a própria concepção de desperdício da *Nova retórica*:

Ao argumento do desperdício pode ser reportada a preferência concedida ao que é decisivo. Ficar-se-á tentado a dar o voto a um candidato se se julgar que esse voto pode arrebatá-lo o sucesso. O argumento não consiste em dizer que é preciso seguir o vencedor, mas em aconselhar a agir de maneira que se tenha, mercê do ato realizado, um vencedor. A ação que, vistas as circunstâncias, poderá ter pleno alcance, que não deverá ser reputada um desperdício, será por isso valorizada, o que milita em favor da sua realização (PERELMAN; TYTECA, 1996, p. 320).

Nas obras, objeto de estudo, são reiterativos os apelos aos argumentos de desperdício, uma vez que, durante toda a argumentação, o autor trata a vida do sujeito como um conjunto de oportunidades perdidas, mas que pode ter as conseqüências dessas perdas amenizadas, se o indivíduo conhecer-se, ser for feliz, se buscar melhorar daquele ponto em diante. Shinyashiki (1997, p. 56-57) apresenta-nos um exemplo de conduta da vida, a partir de três mitos: Dâmocles, Sísifo e Midas:

Na mitologia há três personagens que exemplificam muito bem a maneira como desperdiçamos nossas vidas. Conhecê-los é um caminho para virar o jogo, transformar nossas vidas e direcioná-las no sentido da felicidade.

O primeiro modo de infelicidade é o de **Dâmocles** e refere-se àqueles que passam a vida inteira com medo de que alguma desgraça aconteça como castigo por suas conquistas. Lutam pelo sucesso, conseguem alcançá-lo, mas estão sempre na expectativa de que surja um problema [...].

A infelicidade de **Sísifo** caracteriza aqueles que passam a vida se sacrificando, tentando fazer as coisas funcionarem, mas nunca completam seus projetos. Costuma-se dizer que têm muita iniciativa e pouca “acabativa”. Vivem desculpando-se, dando explicações ou acusando alguém por seus fracassos. Esforçam-se muito, mas conseguem poucos resultados positivos.

Finalmente, o modo de infelicidade do rei **Midas**, que transforma em ouro tudo aquilo que toca, mas não consegue se sentir amado. São pessoas que acumulam conquistas, mas nunca estão satisfeitas. Têm sucesso financeiro, mas são um fracasso na vida afetiva. São profissionais bem-sucedidos, mas têm péssima qualidade de vida. Muitas vezes, têm currículos brilhantes, mas não conseguem fazer amigos.

Pela argumentação do autor-orador, observamos como se constitui a infelicidade – através do medo, da culpa pelo fracasso e da insatisfação - e, por isso, o desperdício da vida. O argumento verossímil de Shinyashiki coloca o leitor-auditório diante somente de três opções. O leitor-auditório *deve* se identificar com um dos três mitos, assim, o autor-orador já consegue a adesão – mesmo que por meios coercitivos - do seu auditório. Cada um dos mitos permite identificar *paixões* – na perspectiva de Aristóteles ([ca. 1998]): Dâmocles traz à discussão o *medo*

articulado com a insegurança. Sísifo, o sacrifício que sempre promove o *fracasso*, e sempre está à procura de um milagre. E, Midas apresenta a *insatisfação*. Não há como o interlocutor escapar dessa escolha, não há outras possibilidades e, nesse sentido, pelo menos um dos valores destacados – medo, fracasso e insatisfação – acredita-se que permeia a vida do sujeito. O castigo e o milagre tratados na citação remetem a um discurso religioso implícito, no sentido de sempre haver a necessidade de um ser superior, alguém que julga e recompensa ou pune. Entretanto, o destaque explícito é dado ao autoconhecimento, no sentido do indivíduo livrar-se dos aspectos que geram a infelicidade.

Também em:

(a)

O vencedor é uma pessoa que aprende as lições da história.

Quando uma situação se repete, só há duas opções: ou se mantém ou enredo, ou se muda o final.

Se o “filme” já visto foi ruim, o vencedor vai lembrar-se de cada detalhe e saberá transformá-lo numa situação favorável.

Agindo assim, abandona o passado como vivência (pois a vida real é sempre agora) e guarda-o como uma experiência de vida (SHINYASHIKI, 1993, p. 72).

(b)

É importante, na nossa vida, que cuidemos de procurar as carícias das quais necessitamos, ao mesmo tempo que, a cada momento, desfrutemos o fato de estar vivos (SHINYASHIKI, 1992, p. 32).

(c)

É importante, na nossa vida, que cuidemos de procurar as carícias das quais necessitamos, ao mesmo tempo que, a cada momento, desfrutemos o fato de estar vivos (SHINYASHIKI, 1985, p. 32).

(d)

É importante aprender a estar inteiro no que se está vivendo a cada momento. É muito comum a pessoa ficar pensando no serviço quando está com os filhos, e durante o trabalho sentir-se culpada por não estar com eles (SHINYASHIKI, 1992, p. 30).

(e)

Se você não tem dinheiro para viajar ao exterior nem para se dar uma jóia de presente, não tem importância. Tenho certeza de que existem coisas simples que você sempre teve vontade de fazer, mas achava não ficar bem. Esqueça o que os outros vão pensar e vá atrás de sua felicidade. Mesmo sem companhia, vá ao cinema numa tarde de terça-feira, passe um fim de semana na praia, assista àquela peça que você está com vontade de ver há tempos. Só quem aprendeu a ser amigo de si próprio pode curtir a amizade de outra pessoa (SHINYASHIKI, 2003, p. 68).

ao afirmar que *toda luta não deve ser em vão* (SHINYASHIKI, 1983; 1992; 1993; 1997; 2003), o autor-orador imprime a chancela dos valores de troca. Os argumentos de desperdício dizem, o tempo todo, que enquanto o leitor-auditório ocupar-se da ação, os reveses não se instalarão, quando muito serão enfraquecidos. Esse chamamento à ação contínua - “Enquanto você acreditar, o medo não vai se instalar” (SHINYASHIKI, 1997, p. 59), tem o caráter do agir esvaziado de criticidade.

O tema infelicidade, nas obras em análise, inicia uma discussão que aponta para um caminho único para o indivíduo: a felicidade, discutida também a partir de argumentos de direção que tendem a dar respostas para a questão: aonde se quer chegar?. Nesse caso, o ponto em que se quer chegar é a felicidade, o sucesso, a prosperidade. A argumentação remete às receitas e aos modos de agir pressupostos nos textos de auto-ajuda, da autoria de Roberto Shinyashiki. Apresentamos um resumo da conclusão de *O sucesso é ser feliz* para confirmar a assertiva. Shinyashiki (1996) conta a história de um sujeito que estava caindo em um barranco. Em cima do barranco, havia um urso que o esperava para devorá-lo e abaixo seis onças famintas. Não havia saída, até que o indivíduo viu, ao seu lado esquerdo, um morango vermelho, lindo, refletindo ao sol. Arrancou-o e saboreou-o. A moral da história é dada pela seguinte argumentação:

- Meu bem, relaxe e aproveite o domingo!

.....
Relaxe, como está na Bíblia, e viva um dia por vez: coma o morango.

.....
Problemas não impedem ninguém de ser feliz.
Coma o morango quando ele aparecer. Não deixe para depois.
O melhor momento para ser feliz é agora.
O futuro é uma ilusão que sempre será diferente do que imaginamos.

.....
A felicidade não é algo que você vai conquistar fora de você.
A felicidade é algo que vive dentro de você, de seu coração.
A felicidade é a oportunidade que você cria para ser o artista de sua autocriação (SHINYASHIKI, 1997, p. 197-198).

Na conclusão da obra, o autor narra, de maneira figurada, os problemas que permeiam o indivíduo na sua vida. Estabelece a tese principal, a partir de um argumento de direção, a da felicidade. Faz uso da presença, apresentando reiteradamente a expressão *felicidade*, porque diz que é o conhecimento e a direção. Emprega, para tanto, verbos no tempo imperativo, no sentido de conduzir o indivíduo à ação. O emprego do tempo verbal presente também remete a um compromisso do leitor com o discurso. O autor tenta persuadir o leitor quando diz que a felicidade está dentro do seu coração:

(a)
É muito importante nós percebermos que, assim como é essencial ao bem-estar do indivíduo receber carícias, também o é dar carícias.
Poder realizar o maravilhoso ato de estar com alguém.
Saber que nosso amor, nossa presença podem curar. (Lembrem-se das dores de cabeça, diarréias e outros problemas que se resolveram com uma conversa amiga) (SHINYASHIKI, 1985, p. 122).

(b)
O céu não tem limites. Pense no que você quer para que a vida valha a pena. Decida realizá-lo e organize sua estratégia. Lembre-se: se quer chegar a um lugar ainda não conhecido, você precisa de um mapa. Esse é o mapa. Agora é organizar a viagem para você chegar lá.
Muito bem, é a sua vez:

META	1º PASSO	2º PASSO

Pronto? Agora pode continuar a ler o livro.

Daqui para frente, vamos começar a subir cada uma das montanhas, tentando desvendar seus mistérios, vencer seus desafios e admirar toda a beleza da paisagem que se vê ao redor (SHINYASHIKI, 1993, p. 49-50).

(c)

Você é filho de sua mãe

Mas não é ela

Você é filho de seu pai

Mas não é ele

Você é continuação da criança

Que um dia foi

Mas não é ela

Você é pai/mãe de seu filho

Mas não é ele

Deixe o passado no seu lugar

E encontre um jeito de ser você (SHINYASHIKI, 1992, p. 45).

(d)

Por isso, é importante que as pessoas envolvidas em um relacionamento tenham a humildade de abrir o coração, assumir seu jeito de se relacionar e discutir, juntas, as opções que têm para evitar sofrimentos desnecessários (SHINYASHIKI, 2003, p. 112).

Assim como os argumentos de superação⁴¹, no *corpus*, os argumentos de direção são recorrentes, empregados em expressões como: “É importante...”, “É necessário...”, “Lembre-se...”. De acordo com Meyer (1992), empregar argumentos calcados em expressões como “É verdade que ...” ou “É evidente que”..., colocando em jogo “a verdade ou as evidências” do auditório, não é o mesmo que afirmar, pura

⁴¹ Os argumentos de superação são discutidos na seqüência.

e simplesmente, um certo “conteúdo”. Em Shinyashiki, o emprego do imperativo e dos tempos verbos no presente do indicativo sugere que o leitor-auditório se apresse em agir, para não desperdiçar a vida, coincidindo com as discussões sobre o *cronotopo* da *soleira* (BAKHTIN, 1993). O autor vale-se também de enumerações para tratar as fórmulas de procedimento, apresenta esquemas, ilustrações como no exemplo (b), tratadas por Brunelli (2004) de *atalhos*. Os *atalhos* caracterizam o planejamento racional que o autor faz a seus leitores e também retomam, de maneira esquematizada, o que foi tratado anteriormente.

Os argumentos de direção, freqüentemente utilizados por Shinyashiki, oferecem o mundo a que se deve pleitear. Apoiado na apropriação do discurso religioso – “Certamente, Ele vai recebê-lo com um sorriso de parabéns, um abraço carinhoso e se sentirá muito orgulhoso de você” (SHINYASHIKI, 1997, p. 29), o argumento remete à ação do *olhar* (SHINYASHIKI, 1997, p. 38), como se, ao olhar o mundo de uma maneira diferente, o leitor-auditório postulado garantisse a própria felicidade.

Por fim, os argumentos de superação visam conduzir ao crescimento sempre contínuo. A argumentação da auto-ajuda se constitui, principalmente, por esses argumentos, porque o sujeito postulado da auto-ajuda é sempre fracassado, infeliz, cansado, derrotado, mas tem vida, que é um bem supremo e, por isso, é possível inverter a situação caótica. São constituídos argumentos que garantem a auto-estima. Vejam-se os títulos dos capítulos do livro *O sucesso é ser feliz*:

- Uma crônica sobre o viver
- A revolução da felicidade

- A felicidade
- Da infelicidade à felicidade
- As portas da transformação
- Transformando sua vida
- As verdades sobre as pessoas que a gente esquece
- As verdades sobre a vida que a gente esquece
- Sonhos
- A vida é uma brincadeira evolutiva

A maioria deles remete à superação dos problemas, da infelicidade da vida, a fim de alcançar a felicidade. Também o otimismo trazido por eles gera, de certa forma, a sedução e a persuasão do leitor. São colocados, à prova, as paixões, a avaliação e o julgamento lastreados pela razão:

(a)

Dê um tempo para você elaborar os seus sentimentos, mas não se feche neles. Arrume espaço para ligar para os amigos que você não vê há tempos, ir ao cabeleireiro, tomar um banho de loja, ir ao teatro, cinema, show, fazer aquela viagem que você estava querendo.

E se você quiser lutar pelo seu amor, vá fundo. Não com o espírito de vítima abandonada, mas sim com o charme de alguém que sabe lutar pelo que quer. Se não funcionar, abra espaço para um novo amor, que no momento certo aparecerá (1992, p. 75).

(b)

O sucesso tem um caminho, não único, mas muito sólido. Este caminho começa com a competência, prossegue com a remuneração e termina com o reconhecimento.

O vencedor sabe que para uma carreira de sucesso não existem atalhos. Pode fazer o percurso que os outros demoram dez anos em apenas cinco, mas sabe que não pode queimar etapas. Dará um passo após o outro, sem se esquecer de nenhum.

.....
Lembre-se: você pode acertar por acaso um grande negócio da primeira vez, mas a base é que garantirá a continuidade do sucesso (1993, p. 78).

(c)

[...] alguém encontra um grande amor e, ao invés de desfrutá-lo, começa a se sentir inseguro, com medo de ser abandonado a todo instante.

Pense nisto, alguns minutos: que uma dificuldade pela qual você está passando, se não for bem cuidada, pode estar amadurecendo e transformando-se em um problema.

Muito da possibilidade de solução desta dificuldade é resolvê-la agora.

SE VOCÊ QUER ME AMAR, LEGAL! EU GOSTO DE VOCÊ.

SE VOCÊ QUER ME DESVALORIZAR, O PROBLEMA É SEU.

APRENDI QUE SOMENTE EU POSSO ME DESQUALIFICAR.

(1985, p. 116).

(d)

Recomeçar. Essa é a decisão mais importante que alguém que está vivendo um drama real precisa tomar. O poder da superação está ao alcance de todos e precisa ser regado com boas doses de fé e sabedoria. O recomeço é o novo caminho, e pequenas atitudes e gestos nos ajudarão a semear novas flores nesta trilha cheia de pedras (SHINYASHIKI, 2003, p. 165).

Nos exemplos, os argumentos de superação que interpelam o leitor-auditório estão permeados pela argumentação de direção que apresenta as metas, as quais o leitor-auditório deve atingir. Os argumentos de superação caracterizam as barreiras que o leitor-auditório deve transpor – e que sempre é possível - e a motivação que deve ter para alcançar as metas.

Enfim, sobre a argumentação, no *corpus*, pode-se afirmar que é caracterizada, principalmente, pelos juízos de valor constituídos socialmente. São apresentados argumentos verossímeis, que possuem uma lógica interna, são presunções, opiniões.

A argumentação é direcionada a um auditório universal, porque trata das condições de vida do ser humano, de maneira geral, no seu modo de ler a vida. Entretanto, o leitor-auditório, ao ler os textos de Shinyashiki, parece sentir-se exclusivo, pois o autor-orador enfatiza as paixões, os sentimentos e as emoções que

apelam o sujeito em sua individualidade. Há um apelo acentuado à emoção, com fins de sedução, seguido de uma proposta de racionalização dos sentimentos.

Quanto às ligações de sucessão, no *corpus*, há o uso recorrente de argumentos de direção, seguidos pelos argumentos de superação, sendo ambos permeados por argumentos causais, pragmáticos e desperdício.

Sobre o auditório postulado, nas obras de Shinyashiki, é infeliz, incompleto e incapaz de realizar suas competências. Para que as possa realizar e ser feliz, o autor-orador apresenta um conceito onírico de felicidade, vista como uma “revolução” verossímil; tem um caráter polissêmico, uma vez que não especifica se é a felicidade que revoluciona ou se cabe ao auditório a revolução. A afirmação é cabível uma vez que o discurso de Shinyashiki é ambivalente, apresentando, ora o auditório como responsável por sua autocriação, ora como fruto de forças e situações que podem ser transpostas, por meio de conselhos e direcionamentos prescritos pela auto-ajuda de Shinyashiki.

Utilizando a retórica do trabalho⁴² (transformar, construir, mudar etc) e da guerra (lutar, vencer, derrotar, inimigo etc), o autor-orador constrói uma argumentação, cujos recursos reafirmam clichês, aproximam autor orador e leitor auditório, ao mesmo tempo que apresenta direções, dicas, receitas para a “felicidade” do indivíduo, através de argumentos baseados na estrutura do real:

O preço disso tudo tem sido muito alto. É impressionante o aumento do número de famílias desagregadas, do consumo de drogas e da violência insana que nos cerca. Há empresas cujos gerentes, com mais de dez anos de casa, sofreram infarto. Em muitas delas, as pessoas são consumidas como laranjas: espreme-se o suco e joga-se fora o que delas sobrou, o

⁴² As expressões *retórica do trabalho* e *retórica da guerra* foram constituídas nesta pesquisa, por meio da análise do *corpus*.

bagaço. Perdeu-se a dimensão do ser humano. Os Tempos Modernos de Chaplin estão cada dia mais atuais.

A sociedade transformou-se em um liquidificador de sonhos, triturando a nobreza da maioria das pessoas. Os sonhos vão sendo substituídos por destruição (SHINYASHIKI, 1997, p. 21).

A auto-ajuda é um discurso que funciona como armadilha que aprisiona o auditório postulado em sua própria vida, levando-o a crer que será feliz *transformando seu olhar* diante do mundo.

Tocando superficialmente nos aspectos histórico-sociais, o autor-orador se vale dos argumentos de ligação, isolando historicamente o auditório, considerando-o não-socializado, dependente de algo superior, até mesmo da própria auto-ajuda. O isolamento é providencial, uma vez que a ilusão da felicidade fortalece-se quando é percebida como simples ato de escolha e não como conjuntural-estrutural. Da mesma forma, apresentar os problemas da infância (tema reiterativo no *corpus*) como causadores de todos os males, na vida do auditório postulado, é o mesmo que afirmar, mesmo que sub-repticiamente, que a felicidade só se garante na infância. O auditório postulado de Roberto Shinyashiki é o público médio, adulto, cujo resgate da felicidade só será possível se as dicas e as receitas apresentadas no discurso da auto-ajuda forem cumpridas. A retórica do trabalho, através do uso recorrente da expressão *transformação* e seus derivados, está marcada pelos argumentos de direção, quando o autor orador diz que acreditar é a primeira condição para que a felicidade possa ocorrer. Simplismos à parte, o contrato que principia a estabelecer-se entre autor orador e leitor auditório promete uma felicidade verossímil, portanto possível, legitimando a continuidade do discurso, para que as etapas seguintes possam se realizar. Brunelli (2004, p. 8) também discute os valores da certeza e da dúvida, afirmando que

[...] os autores de auto-ajuda, enquanto sujeitos desse discurso, também devem manifestar em seus textos, com relação às teses que propõem, essa mesma crença/confiança que pregam para os seus leitores. Além disso, se as teses que apresentam são verdadeiras, se as fórmulas e orientações propostas efetivamente funcionam e se tudo é realmente uma questão de acreditar, então a incerteza e a dúvida devem mesmo ser manifestações excluídas e ou rejeitadas nos textos desse discurso.

Sendo assim, um traço de modalidade é manifestação da certeza do autor orador junto ao seu leitor auditório.

A transformação, segundo Shinyashiki, só se realizará se o leitor auditório perceber “que o despertar depende de você” (1997, p. 25). Firma-se aí o comprometimento enquanto valor do discurso da auto-ajuda. A direção e a promessa de superação garantem o compromisso do auditório postulado com aquilo que se lhe apresenta. Se não a adesão, ao menos a concordância à lógica interna da verossimilhança.

A promessa, pelo contrato que se estabelece entre autor-orador e seu leitor-auditório, de que este pode realizar todos os seus sonhos e ser feliz, apesar de todos os obstáculos, é legitimada pelas receitas que se apresentam no discurso de Shinyashiki. Ao afirmar que a dor serve para aprimoramento do auditório postulado, o autor-orador utiliza os argumentos de superação para perpetuar o sofrimento humano e corroborar para sua continuidade.

CONCLUSÃO

Retomando o propósito desta pesquisa que é o de refletir, a partir de estratégias discursivas e argumentativas, sobre o discurso, o gênero e o sujeito da auto-ajuda, por meio da análise de cinco obras de Roberto Shinyashiki, afirma-se a relevância da relação espaço e tempo, constituindo o discurso e determinando-o. É o *cronotopo* bakhtiniano, especialmente o da *soleira*, que produz as variáveis – mudança e transformação -, ao mesmo tempo que amarra as múltiplas vozes, e, à medida que vai constituindo o sujeito e a sociedade, por eles, é também constituído. As características destacadas e examinadas, neste trabalho, não são exclusivas da auto-ajuda, mas permitem comprovar os contornos do gênero investigado.

No discurso da auto-ajuda, observado no *corpus*, a constituição de mão-dupla revela a *contrapalavra*, que garante a presença do outro, pois dá a sensação de aconselhamento de ações e fazeres práticos para a (re)inserção do sujeito leitor no mundo da produção e de trocas, que é descrito, mas não questionado na auto-ajuda.

A própria troca entre Shinyashiki e seu leitor, partindo de um certo momento histórico-social, divulgado e (re)produzido pela mídia impressa de massa, é operada num cenário dialógico, onde ambos garantem seus papéis a partir do *outro*. Dessa troca, fruto do trabalho do autor, surge uma aparente única voz, um discurso autoritário, que, na realidade, não passa de um conjunto de vozes tramadas com o fim último de construção da credibilidade do autor. E, em decorrência da ação sugerida ao leitor, a heterogeneidade discursiva que caracteriza a auto-ajuda

analisada constitui-se pela apropriação dos discursos científico, religioso e filosófico, por meio de um *estilo pictórico*, instrumentalizando o sujeito leitor a inserir-se na sociedade ideal prevista pela auto-ajuda. A aparente univocidade é produzida pela diluição de múltiplas vozes no discurso de Shinyashiki, por meio do *estilo pictórico*, mas que mesmo assim garante interação entre autor-leitor por meio de tom coloquial e conselheiro.

A auto-ajuda, no *corpus*, pretende fazer com que o leitor lide racionalmente com suas emoções, interaja com conteúdos simplificados, e garanta como certas uma credibilidade e uma acessibilidade, produzidas por uma generalização de teorias complexas que beiram o senso comum, numa espécie de vulgarização científica que caracteriza alguns gêneros retóricos, como a auto-ajuda. Apresenta correspondências, mais especificamente aquelas que asseguram, ao gênero discursivo, sua identidade: a temática; o estilo verbal; e a estrutura composicional dos textos – todos indissociáveis.

Gênero popular, próximo da oralidade, emocional – mesmo com o viés da racionalidade -, a auto-ajuda de Shinyashiki, apesar de propostas diversas – relação pais e filhos; sucesso profissional e pessoal, entre outros -, tem uma mesma temática geral, um mesmo estilo, que argumenta sobre as fraquezas humanas e os que-fazeres necessários para a superação. Num discurso imperativo, à guiza do pai para com o filho, Shinyashiki vai costurando credibilidades - enquanto *sujeito sábio e experiente* – a sua e a de outras vozes de autoridade -, no sentido da *prosperidade e do sucesso* do leitor, até então, fracassado. O leitor, constituído socialmente, tendo que se categorizar num mundo de estratos, (re)produz a própria sociedade através de sua constitutividade discursiva com o mundo e consigo mesmo. É a

sociointeratividade da linguagem, de mão-dupla, que vem concretizar as trocas sociais. E, na fruição da auto-ajuda de Shinyashiki, o leitor deverá responder o que, dele, a auto-ajuda espera: a crença no fracasso e o *reconhecimento do poder curador* do discurso do médico e psiquiatra Roberto Shinyashiki.

Tratando de questões humanas, das mais elementares à metafísica, o autor propõe dicas e caminhos para que o seu leitor possa (re)tomar a *vida de sucesso e felicidade*. Apoiado em argumentos que visam à superação, em última instância; apropriando-se de discursos científicos, religiosos e filosóficos – de forma banalizada, aplainada -; por meio de uma fala de autoridade; utilizando o imperativo; o tempo presente – não qualquer presente, mas o instante, que respalda a transformação iminente; a pontuação emocional; trechos em negrito; entre outros aspectos apresentados ao longo desta pesquisa, Shinyashiki, por meio de uma instituição – uma editora – faz chegar ao leitor médio, adulto e que precisa acreditar-se, fracassado, sim, mas passível de transpor a *soleira*, um receituário pronto para ser consumido. Sem tocar nas questões histórico-sociais, antes, silenciando-as, Shinyashiki quer fazer crer que as ações recomendadas por seu discurso podem redimir o leitor das mazelas que tomaram conta de sua vida.

Partindo da busca da felicidade e do sucesso, Shinyashiki apresenta um mundo caótico, mas possível de ser transformado. Apoiado em retóricas como a do trabalho e a da guerra, por exemplo, quer exortar seu leitor à ação. A ação deve visar atingir um determinado modelo de felicidade – não a felicidade conforme o entendimento de cada um, mas o modelo que cabe no tempo e no lugar da auto-ajuda. Uma felicidade que se desenha conforme as necessidades da sociedade e dos padrões de produção, posto que ambos precisam, também, de sucesso.

Contrariamente ao discurso da ciência que se constitui por meio de sistematizações de fatos e fenômenos, o discurso da auto-ajuda se produz por aspectos ametódicos e assistemáticos. Generalização e banalização são procedimentos recorrentes na auto-ajuda de Shinyashiki, tanto na apropriação dos discursos científicos, mas também dos discursos filosóficos e religiosos.

Constituído ideologicamente, o gênero auto-ajuda, é secundário, emprega recursos estilísticos, argumentativos e discursivos para garantir a proximidade necessária entre autor e leitor, para configurar a força da imagem do autor, acima da do leitor. Mesmo empregando procedimentos de distanciamento do leitor, como o uso recorrente de 3ª pessoa, o tom coloquial e conselheiro de Shinyashiki posiciona-o lado a lado com o leitor. Ao se distanciar, assume a roupagem do *sujeito sábio*, que enuncia de um lugar privilegiado, reconhecido socialmente – por isso, o discurso tem credibilidade e autoridade. A aproximação, junto ao leitor, faz-se por meio do discurso do *sujeito experiente*, em que o autor se mostra como exemplo de superação de problemas e de possibilidade de sucesso e felicidade plenos, por isso, também permeado de credibilidade. A temática de Shinyashiki se constitui, inicialmente, por discussões sobre os aspectos da vida pessoal e profissional do sujeito – brigas de família, relacionamento humano, relacionamentos amorosos, fracasso no trabalho, necessidade de autoconhecimento, falta de expectativa de sucesso e felicidade, a pequenez do homem diante de um deus, enfim, a dor. O caráter pessimista da temática anterior é ultrajado, na auto-ajuda de Shinyashiki, pela reivindicação de transformações e mudanças – em apelo acentuado de racionalização - que irão contemplar a felicidade e o sucesso plenos e integrais. O estilo do autor, nas obras analisadas,

caracteriza-se pelo emprego de um léxico que contempla, principalmente, a religião, o trabalho e a guerra. Assim, Deus, oração, crença, fé, num apelo religioso e espiritualista - a retórica do trabalho - transformação, mudança, construção, e a retórica da guerra - luta, batalha, vitória, derrota e inimigo, permeiam a tessitura da auto-ajuda, que não se pauta por uma progressão textual, mas possibilita ao leitor a leitura de trechos dos livros, independentemente de uma ordem numérica de páginas.

O tempo verbal, que caracteriza o tom geral do texto, é o presente, e os modos recorrentes são o imperativo e o subjuntivo. Os provérbios, os ditos populares e a linguagem figurada – especialmente as metáforas e comparações – tecem o caráter popular do gênero, pois o aproximam do leitor e garantem sua acessibilidade. Em Shinyashiki, a estrutura composicional dos enunciados se processa por meio da apropriação dos gêneros culinário, médico, didático e religioso, que têm as estruturas e os temas eleitos para ensinar e ditar ao sujeito, em forma de direcionamento e orientação. Entretanto, fica evidente que as mudanças dependem exclusivamente do sujeito, único responsável por sua própria condição. O gênero auto-ajuda, enfim, simula uma terapia popular de resgate da auto-estima do sujeito e funciona como droga, pois produz o efeito de transferência de estado – da desgraça para a felicidade – do sujeito leitor.

Quanto aos argumentos mais específicos empregados, a auto-ajuda de Shinyashiki enrodilha o leitor, a fim de fazê-lo crer que transformará sua existência no mundo. Na verdade, apoiando-se na questão do olhar diante do mundo, faz um jogo de espelhos, onde o sujeito só existe a partir do outro, que o reconhece e legitima sua existência social. A auto-ajuda de Shinyashiki, ao apresentar-se ao leitor

em primeira pessoa, escala-o para o papel de protagonista, em contato estreito e pessoal com a figura de autoridade de Shinyashiki. O leitor, então, reconhece-se nesse espelho que lhe comunica sua inoperância, até então, em relação à própria vida. No jogo de duplos, a auto-ajuda de Shinyashiki constitui o discurso social e o sujeito-leitor.

Os argumentos de direção e de superação que predominam nos textos-objeto de análise deixam entrever, ao leitor, uma felicidade possível, que, entretanto, só pode se realizar se houver comprometimento do leitor. Comprometimento é a moeda intangível que garante o sucesso do vendedor, pois se o resultado não for o esperado, o motivo alegado será a falta de comprometimento e não o valor mercantilizado.

O discurso da auto-ajuda quer comunicar a superação, a despeito da complexidade da vida contemporânea, que é apresentada, por meio da visão do autor, que aparenta, no discurso, ser mais elaborada, mas que é descrita de maneira que se possa aproximá-la do leitor, pela linguagem cotidiana, pautada pelo senso comum.

Dirigindo-se a um leitor considerado incapaz de transformar a própria vida, a auto-ajuda se oferece como agente de transformação. Exortando o leitor a um *autoconhecimento*, o gênero ilude com a proposta do *faça você mesmo*. Na verdade, a trama discursiva, se olhada de perto, revela artimanhas, estratégias, argumentos e astúcias que fecham, ao redor do leitor, um cerco, para obnubilar-lhe a visão, e, assim, o autoconhecimento.

Os valores veiculados pela auto-ajuda, como o autoconhecimento, o sucesso, a felicidade, a superação das dores, o comprometimento e a transformação

refletem os valores sociais legitimados neste tempo e neste espaço. Constituem o discurso, o gênero e o sujeito. Os valores tal qual descritos na auto-ajuda refletem a impossibilidade do sujeito de realizar os seus desejos, apresentando-lhe somente possibilidades, constituindo uma atmosfera em que o sujeito deve transpor forças e situações externas a ele, com o auxílio da auto-ajuda. O homem se depara com sua condição de inferioridade e de pequenez diante do mundo. Por outro lado, o sujeito deve ser responsável por sua autocriação, *cabendo à auto-ajuda*, a indicação, ao sujeito, do único caminho para a felicidade: a própria superação.

REFERÊNCIAS

- ALTHUSSER, L. *Ideologia e aparelho ideológicos do estado*. Tradução de Joaquim J. M. Ramos. Lisboa: Presença, 1974.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Tradução de Antônio Pinto de Carvalho. São Paulo: Ediouro, [ca. 1998].
- BAKHTIN, M.; VOLOCHINOV, V. N.. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- _____. *Questões de literatura e de estética*. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1993.
- _____. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997. (Coleção Ensino Superior).
- _____. *A poética de Dostoiévsky*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- _____. *O freudismo*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- BARROS, D. L. P. de. *Teoria semiótica do texto*. 4. ed. São Paulo: Ática, 2002.
- _____. Contribuições de Bakhtin às teorias do discurso. In: BRAIT, B.. *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. Campinas: Unicamp, 1997. (Coleção Repertórios). p. 27-48.
- BIDERMAN, I.. Fórmulas simplistas “empobrecem” livros de auto-ajuda. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 6 maio 2004. Folha Equilíbrio, p. 8-11.
- BOSCO, A. M.. *Sucessos que não ocorrem por acaso: literaturas de auto-ajuda*. 2001. 94 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- BRANDÃO, H. H. N.. *A circulação dos discursos e a problemática dos gêneros*. Marília, 2001. Conferência realizada na Fundação Eurípedes Soares da Rocha no XLIX Seminário GEL 2001, de 24 a 26 maio de 2001.
- _____. A subjetividade no discurso. *Problemas atuais da análise do discurso*, Unesp Araraquara, ano VIII, n. 1, p. 15-26, 1994.
- BRUNELLI, A. F.. *O sucesso está em suas mãos: análise do discurso de auto-ajuda*. 2004. 149 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

CLARK, K.; HOLQUIST, M. A teoria do romance. In: _____. *Mikhail Bakhtin*. Tradução de J. Guinsbury. São Paulo: Perspectiva, 1998. cap. 13, p. 293-310.

DALL'AGLIO-HATTNER, M. M. *A manifestação da modalidade epistêmica: um exercício de análise nos discursos do ex-presidente Collor*. Araraquara, 1995. 163 p. Tese (Doutorado em Letras: Lingüística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista.

DEZOTTI, M. C. C. (Org.). *A tradição da fábula: de Esopo a La Fontaine*. Brasília: Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2003. (Coleção Antiquitas).

FAÏTA, D.. A noção de "gênero discursivo" em Bakhtin: uma mudança de paradigma. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. Campinas: Unicamp, 1997. p. 159-177. (Coleção Repertórios).

FARACO, C. A.. *Linguagem & diálogo: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin*. Curitiba: Criar, 2003.

FÁVERO, L. L.. O tópico discursivo. In: PRETTI, D. (Org.). *Análise de textos orais*. 5. ed. Humanitas FFLCH/USP, 2001. cap. 2, p. 33-54.

FIORIN, J. L.. *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

_____. Sobre a tipologia dos discursos. *Significação*, São Paulo, n. 8 e 9, p. 91-98, out. 1990.

FOUCAULT, M.. *História da sexualidade*. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

FREIRE, P.. *A importância do ato de ler: em três artigos que se completam*. São Paulo: Cortez, 1991.

GIANNETTI, E.. *Auto-engano*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

_____. *Modernity and self-identity*. Stanford: Stanford University Press, 1991.

GIMENEZ, K.. A vida segundo o Dalai. *Super Interessante*, São Paulo, n. 8, p. 46-54, ago. 2001.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W.. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, L. C. (Org.). *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000. cap. 5, p. 169-214.

_____. *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

JORGE, S.; HEBERLE, V. M.. Análise crítica do discurso de um folder bancário. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). *Gêneros textuais*. Bauru: Edusc, 2002. cap. 7, p. 177- 198.

KOCH, I. V. A questão das modalidades numa nova gramática da língua portuguesa. *Estudos Lingüísticos*, Araraquara, p. 227-236, 1986.

LYOTARD, J. F.. *A condição pós-moderna*. 5. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

MACHADO, I. A. Os gêneros e o corpo do acabamento estético. In: BRAIT, B.. *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. Campinas: Unicamp, 1997. (Coleção Repertórios). p. 141-158.

MAGESTE, P.. O mal da felicidade. *Época*, São Paulo, p. 1-3, jul. 2002. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/EditoraGlobo/c.../1,1504/346193-1666-1,00.htm>. Acesso em: 23 jul. 2002.

MAINGUENEAU, D.. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza e Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. *O contexto da obra literária*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

MARTELLI, C. G. G.. *Auto-ajuda e gestão de negócios: uma parceria de sucesso*. 2004. 338 f. Tese (Doutorado em Sociologia). Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho". 2004.

MARTHE, M.. O alto-astral da auto-ajuda. *Veja*, São Paulo, n. 45, p. 114-124, nov. 2002.

MEYER, M.. *Lógica, linguagem e argumentação*. Lisboa: Teorema, 1992.

MEURER, J. L.. Uma dimensão crítica do estudo de gêneros textuais. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). *Gêneros textuais*. Bauru: Edusc, 2002. cap. 1, p. 17- 29.

MOSCA, L. L. S. (Org.). *Retóricas de ontem e de hoje*. 2. ed. São Paulo: Humanitas, 2001.

MOTTA-ROTH, D.. A construção social do gênero resenha acadêmica. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). *Gêneros textuais*. Bauru: Edusc, 2002. cap. 3, p. 77-116.

PELLEGRINI, T.. *A literatura e o leitor em tempos de mídia e mercado*. [1990?]. Disponível em: <http://www.unicamp.br/iel/memoria/Ensaios/tania.html>.

PERELMAN, C.; TYTECA, L. O. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PETILLO, A.; SOUZA, A. de. Ajude-se. *Super Interessante*, São Paulo, n. 216, p. 65-69, ago. 2005.

PINHEIRO, N. F.. A noção de gênero para análise de textos midiáticos. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). *Gêneros textuais*. Bauru: Edusc, 2002. cap. 12, p. 259-290.

REBOUL, O.. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____. *O slogan*. São Paulo: Cultrix, 1975.

ROUANET, S. P. *Mal-estar na modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

ROLNIK, S.. Tristes gêneros. In: LINS, D. (Org.). *A dominação masculina revisitada*. Campinas: Papyrus, 1998.

_____. Toxicômanos de identidade. In: LINS, D. (Org.). *Cultura e subjetividade: saberes nômades*. 3. ed. Campinas: Papyrus, 1997.

RÜDIGER, F. R. *Literatura de auto-ajuda e individualismo: contribuição ao estudo da subjetividade na cultura de massa contemporânea*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1996.

SOUZA, G. T.. *Introdução à teoria do enunciado concreto: do círculo Bakhtin/Volochinov/Medvedev*. 2. ed. São Paulo: Humanitas, 2002.

SOUZA, O.; ZAKABI, R.. Os donos de si. *Veja*, São Paulo, ano 37, n. 34, p. 92-99, ago. 2004.

STAM, R.. *Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa*. São Paulo: Ática, 2000.

TAYLOR, C. *As fontes do self: a construção da identidade moderna*. São Paulo: Loyola, 1997.

TODOROV, T.. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Biblioteca Pioneira de Ciências Sociais, 1985.

VEJA. São Paulo, n. 12, mar. 2001.

_____. São Paulo, n. 14, abr. 2004.

_____. São Paulo, n. 15, abr. 2001.

_____. São Paulo, n. 17, maio 2001.

_____. São Paulo, n. 22, jun. 2001.

_____. São Paulo, n. 27, jul. 2001.

_____. São Paulo, n. 31, ago. 2001.

_____. São Paulo, n. 31, maio 2001.

_____. São Paulo, n. 35, set. 2001.

_____. São Paulo, n. 40, out. 2001.

_____. São Paulo, n. 51, dez. 2000.

_____. São Paulo, 13/11/2002.

VIANNA, M. A. F.. *O melhor ano da vida: a vida como exercício de melhoria contínua.*

VOLOSHINOV, V. N.; BAKHTIN, M. M. *Discurso na vida e discurso na arte.* Disponível em: <<http://www.shef.ac.uk/uni/academic/A-Cbakh/bakhtin.html>>.

ZUBEN, N. A. V.. *Filosofia e educação: atitude filosófica e a questão da apropriação do filosofar.* Disponível em: <<http://www.fae.unicamp.br>>. Acesso em: 27 jul. 2005.

AUTO-AJUDA

CYPERT, S. A.. *Como se fortalecer com o poder da auto-estima.* Tradução de Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Campus, 1994. (Série Trabalho Eficaz).

DAWSON, R.. *13 segredos para o sucesso profissional.* Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Futura, 1998.

DYER, W. W. *Não se deixe manipular pelos outros.* Tradução de Ruy Jungman. Rio de Janeiro: Record, 1978.

EDLER, R.. *Ah, se eu soubesse...* Tradução de Marcelo Candido de Melo. 15. ed. São Paulo: Negócio, 1997.

EIGEN, B.. *Pense como patrão: descubra a chave para o sucesso profissional.* Tradução de Neusa Santos Martins. São Paulo: Saraiva, 1992.

FINK, D. H.. *Para nervosos e angustiados.* Tradução de Antonio Cid Loureiro Netto. Rio de Janeiro: Científica, [s. d.].

HAYHURST, J.. *A montanha certa*: lições do Everest sobre o verdadeiro significado do sucesso. Tradução de Daniela Versiani. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

HILL, N.. *A lei do triunfo*. Tradução de Fernando Trude de Sousa. 20. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

LAMA, D.. *Uma ética para o novo milênio*. Tradução de Maria Luíza Newlands. 6. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

LAMA, D.; CUTTLER, H.. *A arte da felicidade*: um manual para a vida. Tradução de Waldéa Barcellos. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MANDINO, O.. *O maior sucesso do mundo*. Tradução de Luísa Ibañez. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1981.

McGINNIS, A. L.. *Como despertar o melhor das pessoas*. 2. ed. São Leopoldo: Sinodal, 1993.

McGRAW, P. C. *Estratégias de vida*: fazendo o que dá certo: fazendo o que importa. 2. ed. São Paulo: Alegro, 1999.

RIBEIRO, L.. *Auto-estima*: aprendendo a gostar mais de você. 2. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1994.

_____. *O sucesso não ocorre por acaso*: você pode mudar sua vida. 83. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1993.

_____. *Os donos do futuro*. 17. ed. São Paulo: Gente, 2000.

_____. *Pro\$peridade*: fazendo amizade com o dinheiro. 35. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1992.

SHINYASHIKI, R.. *O poder da solução*. 19. ed. São Paulo: Gente, 2003.

_____. *O sucesso é ser feliz*. 47. ed. São Paulo: Gente, 1997.

_____. *A carícia essencial*: uma psicologia do afeto. São Paulo: Gente, 1985.

_____. *Amar pode dar certo*. São Paulo: Gente, [s. d.].

_____. *Angel*. São Paulo: Gente, 1993.

_____. *Pais e filhos*: companheiros de viagem. 16. ed. São Paulo: Gente, 1992.

_____. *Sem medo de vencer*. 46. ed. São Paulo: Gente, 1993.

SMILES, S. *Ajuda-te* (self-help). Rio de Janeiro/Paris: Garnier. (Publicação original 1859).

SYLVER, M.. *Paixão, lucro & poder*. re programe sua mente subconsciente para criar os relacionamentos, riquezas e bem-estar que você merece. Tradução de Pedro Ribeiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. (Administração & Negócios).

ANEXO A

A revolução da felicidade

Roberto Shinyashiki

Quando observo o estilo de vida da memória das pessoas, percebo que o final do filme é sempre triste. Muita correria sem sentido, vida cheia de preocupações, falta de alegria e angústia.

Pais que mesmo amando os filhos não conseguem transforma-los em adultos bem formados.

Indivíduos que não conseguem transformar o carinho pela pessoa amada em relacionamento gratificante.

Profissionais que não conseguem transformar seu talento em realizações produtiva.

Gente rica agindo de modo mesquinho em relação ao próximo.

Depois de minhas palestras, muitas pessoas me procuram para falar das pressões que sofrem. Geralmente, elas perguntam:

"Será que tudo isso está valendo a pena?"

A angústia tem sido uma companheira constante.

*Será que é preciso abrir
mão de tudo para se feliz?*

Não necessariamente. É possível às pessoas realizar todos os seus sonhos sem tanto sofrimento e criar um estilo de vida em que predomine o alto-astral. O que conta não é tanto o que você faz, mas *como* você procura realizar suas metas . É isso que vai determinar sua qualidade de vida.

Quando o indivíduo tem compromisso com sua essência, a vida se torna um fardo pesado de carregar.

A maioria dos terapeutas que as pessoas não costumam mergulha dentro de si porque têm medo de encontrar um mundo de sombras, inveja, ressentimentos. Minha opinião é radicalmente oposta. Na verdade, as pessoas têm medo de olhar para dentro de si e encontrar beleza, luz e força. Muitas têm medo de ir até o tesouro escondido que há dentro delas e conferir suas riquezas. A vida das pessoas é a história de príncipes vivendo como mendigos.

Mas, como diz o ditado popular, "quem nasce rei não perde a majestade", por isso um dia, inevitavelmente, todos tomam consciência de sua luz interior.

Quando as pessoas descobrem a beleza que carregam na alma, logo se dão conta das infinitas possibilidades de transformação que podem realizar em suas vidas. Ao olhar para dentro de si e descobrir sua força, deixam de viver como escravas e imediatamente assumem sua grandeza, abrindo a porta da gaiola onde vivem e voando por todo o universo.

Não tenha medo de ser você. Talvez os outros digam que você é egoísta, que só pensa em si mesmo, que antigamente fazia tudo para agradar e que

agora mudou. Paciência, nem Cristo contentou a todos. Chegou a hora de assumir o comando de sua vida.

Decidi escrever este livro ao ver tanta gente desperdiçando suas vidas e perceber que está na hora de acontece a revolução da felicidade.

Felicidade é como dieta. Todo mundo sabe o que tem que fazer para conseguir seu objetivo, mas a maioria não põe em prática esse conhecimento. Portanto, mais do que lhe apresentar novas informações sobre a vida, quero, com este livro, despertar sua motivação para que comece a cuidar um pouco melhor de você mesmo.

Todos vão lucrar com isso...

A felicidade é possível

*Você pode dizer que sou um sonhador,
mas não estou sozinho nisso.
Espero que um dia você se junte a nós,
e o mundo será como se
fosse um só.*

John Lennon

A luta pela sobrevivência está brutalizando o ser humano. As pessoas vivem extremamente pressionadas. A competição tem servido como justificativa para todos os tipos de absurdos. Milhões de anos depois do homem das cavernas, a vida continua sendo um campo de batalha. As pessoas destroem a si mesmas e aos outros para atingir suas metas. A maneira como constroem seu sucesso é agressiva, e a vitória é saboreada solitariamente, devido ao medo dos adversários.

O preço disso tudo tem sido muito alto. É impressionante o aumento do número de famílias desagregadas, do consumo de drogas e da violência insana que nos cerca. Há empresas cujos gerentes, com mais de dez anos de casa, sofreram infarto. Em muitas delas, as pessoas são consumidas como laranjas: espreme-se o suco e joga-se fora o que delas sobrou, o bagaço. Perdeu-se a dimensão do ser humano. Os Tempos Modernos de Chaplin estão cada dia mais atuais.

A sociedade transformou-se em um liquidificador de sonhos, triturando a nobreza da maioria das pessoas. Os sonhos vão sendo substituídos por destruição.

Na adolescência, queremos viver um grande amor, mas depois dominamos a pessoa amada.

Na juventude, sonhamos criar um planeta melhor, mas depois de um tempo só pensamos em juntar o máximo possível de dinheiro.

Queremos ser amigos de nossos filhos, mas exigimos deles abediência incondicional.

No começo da vida profissional, toda pessoa quer um trabalho que a realize. Algum tempo depois, essa realização significa conseguir dinheiro suficiente para comprar tudo aquilo que se deseja ou pagar as contas no final do mês.

Chamam a isso processo de maturidade. As pessoas substituem a ingenuidade pelo realismo. Na verdade, o que ocorre é um empobrecimento da vida. Os sonhos vão se atrofiando, diminuindo de tamanho, até se reduzir a prêmios de consolação.

Como uma loteria, a sociedade cria prêmios. Todos apostam suas vidas, mas poucos efetivamente conseguem sua realização pessoal. É triste ver tanta gente correndo atrás de ilusões.

Basta! Está na hora de colocarmos um ponto final nessa mentalidade pobre em que, para alguém ganhar, outro tem de perder. Mentalidade miserável como essa só pode criar um mundo miserável. A exploração começa na empresa, passa por marido ou esposa, chega aos filhos e, no final, você descobre que o maior prejudicado foi você mesmo. A lei da selva precisa acabar, e, para que isso aconteça, deve primeiro desaparecer dentro de nós.

É perfeitamente possível ganhar muito dinheiro e construir uma família feliz. Ter uma empresa lucrativa, na qual todos se sintam felizes de trabalhar. Ter um casamento feliz e criar uma vida profissional gratificante. Tudo isso é possível quando se tem fé na existência.

Na Índia, acredita-se que Deus pronuncia apenas a palavra "sim". Na verdade, Ele não diz sim para o que as pessoas perdem, mas para aquilo em que elas acreditam. Se você não acredita na felicidade, Ele apenas pode ajudá-lo a ver que tem razão.

A propósito desse assunto, vou contar uma história de um médico que fazia uma palestra a um grupo de alcoólatras. Ao iniciar a apresentação, disse: "Hoje vou realizar uma experiência para mostrar a vocês o efeito do álcool". Levantou um copo e afirmou: "Aqui dentro há álcool". Com uma pinça, pegou um verme, mostrou-o para a platéia e o soltou dentro do copo. Imediatamente o verme se desfez, causando impacto nos presentes. Em seguida, ele levantou outro copo e disse: "Aqui dentro há água". Novamente pegou outro verme e soltou dentro do copo. O verme se mexeu mostrando sua energia. Nesse momento, no meio da platéia, um indivíduo embriagado levantou a mão e, com voz pastosa, disse: "Entendi bem o que o doutor quis dizer, e concordo inteiramente. Sua mensagem é sensacional". Feliz, o médico pediu: " Por favor, diga em voz alta, que todos escutem, qual é a minha mensagem". Solícito, o indivíduo declarou: " Doutor, o senhor acabou de mostrar com essa experiência que quem bebe não tem verme no organismo!"

*A tendência das pessoas é querer
mostrar que sempre estão certas.*

Preste atenção, portanto, às suas crenças, pois elas vão se concretizar.

Em um mundo altamente competitivo, precisamos ser competentes, e muito. Mas também devemos saber que nossa maior missão nessa viagem pelo planeta é ser felizes e criar oportunidade para que os outros também sejam.

A primeira transformação necessária para que ocorra a felicidade é passar a acreditar na possibilidade de um mundo onde todos possam se realizar. Empresas cujos acionistas e colaboradores sintam que sua participação vale a pena. Casamentos em que ninguém precise se anular para que os dois continuem juntos. E, principalmente, um mundo onde cada pessoa seja respeitada por sua maneira de ser.

Talvez você considere isso uma utopia, mas esse mundo verdadeiramente digno dos seres humanos só vai acontecer quando acreditarmos e trabalharmos por ele.

Felicidade também é lucro

Há alguns anos, participei como bolsista de um programa no Japão, juntamente com empresários de mais treze países.

Quando alguém visita uma empresa recebe, geralmente, o histórico e o balanço financeiro, que demonstram a sua forma de atuação. Ao analisar o balanço e o momento da empresa que visitávamos, um mexicano sugeriu ao administrador que demitisse quatrocentos funcionários, pois isso dobraria seus lucros.

O administrador olhou para nosso companheiro e, calmamente, respondeu: "No Ocidente, vocês costumam ver o dinheiro como única forma de lucro mas para mim lucro não é só recompensa financeira.

*Lealdade aos meus funcionários
também é lucro.*

A sensação de estar construindo uma nação forte também representa um grande lucro. E a tranquilidade de realizar minha missão de vida é a maior de todas as formas de lucro".

Nossas riquezas ultrapassam o lado material. Elas existem em infinitas dimensões. Muitas pessoas enxergam nelas unicamente bens materiais, algo que exige capacidade para conquistar. Mas é importante que estejamos preparados para extrapolar qualquer limitação do que seja riqueza. As pessoas vivem tão obcecadas por dinheiro, sexo e poder que se esquecem de viver.

O mestre Osho diz que as pessoas deveriam deixar de tentar resolver seus problemas através de hipnose e começar a fazer uma des-hipnose. Isso porque, na infância, ouviram tantas bruxarias que ficaram hipnotizadas, foram levadas a crer que não eram capazes, bonitas nem poderiam desfrutar da dádiva da vida. Dentro da maioria das pessoas existe a crença de que a vida não vale a pena, de que a felicidade não é possível, por isso elas vivem desesperançadas, como num sonho da Bela Adormecida. Vivem como sonâmbulas, acreditando que estão acordadas.

Às vezes, as pessoas ameaçam acordar, têm lampejos durante os quais conseguem vislumbrar o que poderiam ser, mas voltam para o sono.

*É importante perceber que o despertar
depende de você.*

Depois de sofrer um derrame cerebral, Fernandez ficou entredado e preso ao leito. Certo Domingo, sozinho em casa - os empregados estavam de folga e seus familiares tinham saído -, Fernandez olhou pela janela do quarto e viu seu pior inimigo, Rodrigo, subindo a rua em direção à sua casa. Eles haviam sido inimigos a vida inteira, lutando um contra o outro.

Rodrigo entrou na casa de Fernandez, foi até seu quarto e, da porta apontou-lhe uma arma: "Vou matá-lo, desgraçado. A vida inteira você me prejudicou, agora chegou minha vez de destruí-lo".

Fernandez olhou para o inimigo com paciência e disse: "Deixe de lado essa idéia. É bobagem prosseguir com essas loucuras que fizemos na juventude. Agora, nada tem sentido. Não podemos viver querendo destruir um ao outro". Insensível a argumentação, Rodrigo respondeu que não o perdoava e que queria mesmo destruí-lo para se vingar de tudo o que tinha sofrido.

Fernandez novamente pediu clemência e, em certo momento, argumentou: "Vamos deixar isso pra lá, estamos muito velhos, breve morreremos". Mas Rodrigo insistiu: "Eu não vou morrer, você é quem vai. E não existe mais nada o que possa fazer para evitar sua morte". Naquele instante, Fernandez pensou: "Existe sim. Posso despertar desse pesadelo ". E despertou. A maior parte de nossos sofrimentos provém de nossas crenças, da maneira como achamos que a vida será resolvida. Simplesmente não percebemos que, com a consciência, podemos despertar de nossos pesadelos e começar a viver. Acorde! Existe muito mais para ser vivido do que o sono nos deixa ver.

O melhor sucesso é ser feliz

Sucesso virou uma palavra da moda. Todos querem brilhar e receber aplausos . Mas qual será o preço disso? Quando o preço do sucesso é a própria vida, certamente não compensa. Será que é preciso gastar tanta energia para decidir se o paletó deve Ter dois ou três botões?

A estrada pela qual caminha a maior parte da humanidade não leva à felicidade.

O ser humano tem vocação natural para a felicidade, mas vive correndo atrás de miragens, ilusões, que não preenchem sua existência. As vitórias só tem sentido quando levam à felicidade.

É preciso saber lutar como um leão, mas lutar por sonhos que valham a pena.

*Lutar para ser admirado pelos outros é
Tolice. Realize seus sonhos com a
Naturalidade de um rio que sabe por onde*

corre, e não para alguém o aplauda.

Lutar para mimar os filhos é outra tolice. Ajude-os a acreditar em si próprios e liberte-os de uma dependência.

Lutar para que os pais realizem seus desejos é perda de tempo. Seus pais já fizeram a parte deles. Agora é com você

Lutar para subjugar o marido ou a esposa também não vale a pena. Onde impera o medo, o amor é inócuo.

Lutar para que seu antigo amor se arrependa da separação e volte para você tampouco dá resultado.

*Liberte seu coração e deixe que ele
Construa seu futuro.*

Lutar para que os outros tenham pena de você também é inútil. Você tem grandeza suficiente para dispensar a compaixão.

Quando, no final da vida, as pessoas percebem que lutam por algo sem valor, o arrependimento é inevitável. Lutar só vale a pena quando a causa é nobre. O valor de uma vitória reside no significado da luta. Lutar simplesmente por lutar, para se mostrar rebelde, não conduz a nada. Use sua energia para construir sua felicidade.

O mais importante de tudo é poder ter a sensação de que viver vale a pena.

Viver a plenitude da existência de brincar com uma criança ou saborear uma fruta. Apreciar o contato dos pés descalços com um gramado ou com a areia da praia. Perceber o vento batendo no rosto ou a água da chuva escorrendo pelos cabelos. Sentir a alegria de um pescador voltando para casa com o alimento para sua família

O verdadeiro sucesso é satisfazer sua ânsia de felicidade, cumprir sua vocação de ser feliz. E isso você só consegue quando se relaciona com sinceridade com as pessoas que ama, quando é amigo de seus filhos e, principalmente, quando consegue ser amigo de si próprio.

Ser amigo de si próprio é compreender seus erros, e ser cúmplice para enfrentar os desafios, é motivar-se para superar novos obstáculos e, principalmente, desfrutar ao máximo a sensação da felicidade, sem culpa nem medo.

Se feliz é o mais compensador de todos os sucessos.

A missão...

"E o mestre lhes falou:

Se um homem dissesse a Deus que o que mais queria era diminuir o sofrimento no mundo fosse qual fosse o preço disso, e Deus lhe respondesse, deveria esse homem fazer o que lhe tivesse sido ordenado? - indagou o mestre.

- Claro, mestre! Para esse homem deveria ser um prazer sofrer até mesmo as torturas do inferno, desde que Deus assim lhe solicitasse!

- Não importa que torturas fossem essas nem a dificuldade da tarefa' - insistiu o mestre
- Seria uma honra ser enforcado, uma glória se pregado a uma árvore e queimado se Deus assim desejasse.
- E o que fariam vocês - perguntou o mestre diante da multidão - se Deus em pessoa lhes falasse diretamente:

"ORDENO-LHES QUE SEJAM FELIZES NO MUNDO ENQUANTO VIVEREM?"

Fez-se silêncio na multidão, e mais nenhuma voz ou som foi ouvido sobre os morros e pelos vales..."

Ilusões, Richard Bach

Viver

Tempos atrás, você era um anjo que vivia no paraíso. Era mais ou menos como um atleta sentado no banco de reservas querendo participar da partida. De repente, você olhou para o planeta Terra e viu que o jogo estava difícil, o resultado era negativo, e então pediu ao Grande Técnico uma oportunidade para vir a Terra ajudar o time.

Agora você está em campo, disputando a partida da sua vida. Você se lembra do seu objetivo existencial? O Técnico continua dando as orientações, mas será que você está seguindo?

Dentro de alguns anos, quando voltar para o vestiário e encontrar o Grande Técnico, ele vai lhe perguntar: " Como é que foi?

Conseguiu realizar sua missão?"

Qual será sua resposta?

"Não, simplesmente fui mais um que viveu frustrado."

Ou você vai poder encará-lo e dizer:

"Vivi e fui feliz! Com minha felicidade contribuí com mais luz para o planeta."

Certamente, Ele vai recebê-lo com um sorriso de parabéns, um abraço carinhoso e se sentirá muito orgulhoso de você.

Não seja mais um frustrado. O mundo está repleto de seres infelizes. O universo precisa de muita luz. Algo que somente a alegria pode criar.

Deus é muito meu amigo, nós conversamos todos os dias. Ele sempre me orienta, e Seus conselhos apontam na direção da felicidade, trazendo um alto- astral a minha vida. Como eu acredito Nele!