

**A literatura de autoajuda e a Teoria Funcionalista dos usos e satisfações:
uma análise da linguagem de Augusto Cury**

Emilson Ferreira GARCIA JUNIOR¹
Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO²

Resumo

Este trabalho analisa o sucesso da Literatura de auto-ajuda, destacando a linguagem do autor Augusto Cury, à luz da Teoria Funcionalista dos Usos e Satisfações. A investigação dar-se-á acerca do discurso utilizado nos livros *Seja líder de si mesmo* (2004) e *Nunca desista de seus sonhos* (2004), e como tais obras afetam as pessoas que as lêem. Nessa perspectiva, um breve histórico sobre esse estilo literário foi realizado, bem como os desafios e preconceitos perante a crítica em questão, que antes observava com ceticismo e desconfiança, tais possibilidades de enredo. Também, buscou-se enxergar através de uma análise de discurso e recepção, os redimensionamentos identitários provocados por essas obras, partindo-se de uma leitura descritiva (o que se vê literalmente em seu conteúdo textual) e sugestiva (as intenções artísticas implícitas nas entrelinhas). À luz de Hall (2005), que investiga os conceitos de identidade em um contexto atual de múltiplas formas de pertencimento, em que a hibridização cultural fomenta novas reflexões acerca das noções de espaço-comunidade. Embasados também na reflexão específica acerca das teorias da comunicação, cuja meta principal é entender e explicitar a lógica dos fenômenos sociais, políticos, tecnológicos, cognitivos e filosóficos no sistema comunicacional, fundamentado em Polistchuk e Trinta (2003) e Wolf (2000). A pesquisa irá refletir sobre as necessidades do público e como os meios de comunicação podem preencher tais ausências, tendo como plano de fundo, os objetos de pesquisa citados.

Palavras-chave: Literatura de autoajuda. Augusto Cury. Teoria funcionalista. Usos e Satisfações.

¹ Graduando em Jornalismo da UEPB. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq. E-mail: emilson.garcia@bol.com.br

² Professora Doutora do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). E-mail: rnadia@terra.com.br.

Introdução

Durante muito tempo, os títulos denominados de auto-ajuda, sofreram resistências no mercado editorial. As grandes editoras como a Sextante e a Ediouro produziam em pequena escala, com o intuito de não desgastar a linguagem tão repetitiva, tais como “você é um vencedor”, “você é o protagonista de sua história”, além do que havia de certo modo uma resistência de parte do público, já que muitos caracterizam esse tipo de literatura como “remédio antidepressivo literário”.

Hoje, dos livros mais vendidos no Brasil, grande parte deles são de auto-ajuda. Autores como o psiquiatra Augusto Cury, por exemplo, é sinônimo de boas cifras, ao todo, Cury já vendeu cerca de 10 milhões de obras. Zibia Gaspareto é outra autora tarimbada e consegue expandir sua literatura além das fileiras espíritas, tornando-se hoje uma das campeãs de vendas. O gráfico a seguir corrobora com a reflexão.

Livros mais vendidos de 2009³

FICÇÃO		AUTOAJUDA E ESOTERISMO	
1	<u>A Cabana</u> William Young SEXTANTE	1	<u>O Código da Inteligência</u> Augusto Cury THOMAS NELSON BRASIL
2	<u>Eclipse</u> Stephenie Meyer INTRÍNSECA	2	<u>Yecendo o Passado</u> Zibia Gaspareto VIDA & CONSCIÊNCIA
3	<u>Crepúsculo</u> Stephenie Meyer INTRÍNSECA	3	<u>Quem Me Roubou de Mim?</u> Fábio de Melo CANÇÃO NOVA
4	<u>Lua Nova</u> Stephenie Meyer INTRÍNSECA	4	<u>O Monge e o Executivo</u> James Hunter SEXTANTE
5	<u>Amanhecer</u> Stephenie Meyer INTRÍNSECA	5	<u>Cartas entre Amigos</u> Fábio de Melo e Gabriel Chalita EDIOURO
6	<u>O Vendedor de Sonhos</u> Augusto Cury ACADEMIA DE INTELIGÊNCIA	6	<u>A Arte da Guerra</u> Sun Tzu VÁRIAS EDITORAS
7	<u>O Símbolo Perdido</u> Dan Brown SEXTANTE	7	<u>A Cabeça de Steve Jobs</u> Leander Kahney AGIR
8	<u>Leite Derramado</u> Chico Buarque COMPANHIA DAS LETRAS	8	<u>Nunca Desista de Seus Sonhos</u> Augusto Cury SEXTANTE
9	<u>O Menino do Pijama Listrado</u> John Boyne COMPANHIA DAS LETRAS	9	<u>Casais Inteligentes Enriquecem Juntos</u> Gustavo Cerbasi GENTE

³ Resultado disponível em: http://veja.abril.com.br/livros_mais_vendidos/livros-mais-vendidos-2009.shtml

10 <u>O Vendedor de Sonhos e a Revolução dos Anônimos</u> Augusto Cury ACADEMIA DE INTELIGÊNCIA	10 <u>Por que os Homens Amam as Mulheres Poderosas?</u> Sherry Argov SEXTANTE
---	---

Fontes: Balneário Camboriú: Livrarias Catarinense; Belém: Laselva; Belo Horizonte: Laselva, Leitura; Betim: Leitura; Blumenau: Livrarias Catarinense; Brasília: Cultura, Fnac, Laselva, Leitura, Nobel, Saraiva, Siciliano; Campinas: Cultura, Fnac, Laselva, Siciliano; Campo Grande: Leitura; Caxias do Sul: Siciliano; Curitiba: Fnac, Laselva, Livrarias Curitiba, Saraiva, Siciliano; Florianópolis: Laselva, Livrarias Catarinense, Siciliano; Fortaleza: Laselva, Siciliano; Foz do Iguaçu: Laselva; Goiânia: Leitura, Saraiva, Siciliano; Governador Valadares: Leitura; Ipatinga: Leitura; João Pessoa: Siciliano; Joinville: Livrarias Curitiba; Juiz de Fora: Leitura; Jundiá: Siciliano; Londrina: Livrarias Porto; Maceió: Laselva; Mogi das Cruzes: Siciliano; Mossoró: Siciliano; Natal: Siciliano; Navegantes: Laselva; Niterói: Siciliano; Petrópolis: Nobel; Piracicaba: Nobel; Porto Alegre: Cultura, Fnac, Livrarias Porto, Saraiva, Siciliano; Recife: Cultura, Laselva, Saraiva; Ribeirão Preto: Paraler, Siciliano; Rio Claro: Siciliano; Rio de Janeiro: Argumento, Fnac, Laselva, Saraiva, Siciliano, Travessa; Salvador: Saraiva, Siciliano; Santa Bárbara d'Oeste: Nobel; Santo André: Siciliano; Santos: Siciliano; São José dos Campos: Siciliano; São Paulo: Cultura, Fnac, Laselva, Livrarias Curitiba, Livraria da Vila, Martins Fontes, Nobel, Saraiva, Siciliano; São Vicente: Siciliano; Sorocaba: Siciliano; Uberlândia: Siciliano; Vila Velha: Siciliano; Vitória: Laselva, Leitura, Siciliano; internet: Cultura, Fnac, Laselva, Leitura, Nobel, Saraiva, Siciliano, Submarino.

Esse mercado multiplica-se a passos largos, ao mesmo tempo em que é intenso o número de obras que são lançados no mercado. De certa forma, a literatura de autoajuda destaca-se por manter um público cativo e múltiplo, afinal diferentemente da linguagem ficcional ou fantasiosa, que delimita idades e gostos, a autoajuda atende às expectativas da grande maioria, afinal quem não tem problemas a solucionar?

De forma contextual, pode-se avaliar a literatura de autoajuda no chamado *Modelo Teórico dos usos e satisfações*, tal paradigma estuda “os irrefutáveis efeitos da mídia sobre o público, a suas interações atribuídas à percepção dos conteúdos midiáticos, bem como pelas satisfações que os efeitos da mídia podem proporcionar”. (POLISTCHUK e TRINTA, 2003 p.96-97)

Nessa perspectiva, os editores J.G. Blumler e Elihu Kartz concluíram uma pesquisa que registrou de forma nítida as necessidades das pessoas bem como suas satisfações, ou seja, como se a audiência de determinado produto midiático fosse meramente o desejo do telespectador de preencher um “vazio momentâneo” que só os meios de comunicação pudessem suprir, tais como o “entretenimento, o relacionamento pessoal, a identificação projetiva e a vigilância e fiscalização”. (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p.97).

Claramente, os livros de autoajuda seriam uma tentativa de “escape” dos desafios da vida moderna, em que se encontrariam soluções para o dia a dia. A mídia nesse

caso seria a grande “aliviadora dos problemas sociais”, já que a mesma detém esse poder de influência. O modelo dos usos e das satisfações evidencia e serve de base para as pesquisas de publicidade, no intuito de encarar o público alvo, conhecendo suas inquietações e necessidades. O Orkut surgiu da carência de manter novas relações duradouras e criar novas amizades sem fronteiras, ao mesmo tempo em que se estabelecem vínculos devido o relacionamento pessoal, ele interfere na vida real de forma assustadora, devido à falta do contato social.

A abrangência da literatura de autoajuda encaixa-se no modelo dos usos e satisfações, à medida que se reconhece nessa linguagem, uma maneira de conhecer-se e saber lidar com os dilemas cotidianos, enfrentando-os e vencendo-os. Necessidade essa que todo ser humano convive. Ao mesmo tempo em que os meios de comunicação preenchem com sua persuasão e caráter coletivo as diversas realidades diárias, vê-los como “satisfações meramente efêmeras”, seria no mínimo ingênuo, já que não se pode desprezar o seu caráter formativo e informativo.

O objetivo desse trabalho é investigar os reflexos desse universo literário, a partir de uma análise da linguagem utilizada pelo Doutor Augusto Cury.

A recriação do protagonismo

Na década de 90, alguns autores da Literatura de auto-ajuda, insistia em uma abordagem literária que na prática não atendia às expectativas dos leitores. A linguagem partia de uma investigação incisivamente “realista” e muitas vezes criavam “barreiras interpretativas” ao invés ao de construir possibilidades de solução para quem as lêem.

Esse “entrave” era provocado com a reafirmação peremptória de que apenas o “ideal coletivo” traria respostas aos problemas do cotidiano, sendo descartável qualquer tentativa pessoal de transformar a realidade existente a partir de atitudes individuais.

As pessoas que se utilizam de qualquer instrumento de comunicação, querem enxergar nela uma interação satisfatória, conforme evidencia a pesquisa realizada pelos editores Jay. G. Blumber e Elihu Katz, que elencaram em uma coletânea de artigos, os reflexos dos “usos feitos e satisfações alcançadas” intermediados pelos meios de comunicação.

As pesquisas levadas a termo registraram que as “necessidades” (a serem satisfeitas) eram basicamente as seguintes: *Entretenimento*: como

escape psicológico às agruras do cotidiano; despressurização emocional; *Relacionamento pessoal*: “Companhia” para pessoas sós ou “agenda temática” para a conversação em meio social; *Identificação projetiva*:_Referências personalizadas e comparações feitas, por exemplo, a situações humanas mostradas; reforço de opiniões; soluções para males existenciais; *Vigilância e fiscalização*: Coleta de “modas e novidades”: a TV como “uma janela aberta para o mundo”. (POLISTCHUK e TRINTA 2003, p.97).

Augusto Cury tornou-se fenômeno mundial de vendas e autor tarimbado no exterior, graças a sua real capacidade de tornar os seus textos ao mesmo tempo, moderno e convencional, construtivo e ilustrativo, simbólico e contemporâneo, tudo isso sem perder a áurea de psiquiatra, ou seja, grande observador e analista do comportamento humano.

Augusto Cury investiga as mazelas provocadas pelos problemas psicológicos e psíquicos, reafirmando em cada livro, o papel de cada pessoa como “protagonista do palco da vida” e “autora de sua própria história”. Cury não é refratário a qualquer tentativa de mudança social a partir de posições colegiadas, compartilhada por grupos de proximidades ideológicas em comum. Mas, frisa que isso só é possível a partir do pensamento de cada ser humano como agente de transformação social, desenvolvido a partir das pérolas da Inteligência Multifocal: a arte da dúvida (pérola da filosofia), a arte da crítica (pérola da psicologia) e a arte da determinação (pérola da área de recursos humanos). (CURY, 1998).

De ser líder de si mesmo⁴ a nunca desistir de seus sonhos⁵: a fragmentação da identidade

O Modelo Teórico dos Usos e Satisfações é referência na explicação do “consumo psicossocial” dos meios de comunicação, já que o foco dessa teoria funcionalista é explicar as reações do público por parte das recepções da mídia, ela só é possível a partir da análise minuciosa e volúvel das características do público, bem como seus gostos e características.

Num mundo globalizado, onde não há fronteiras para a interação e o compartilhamento de experiências, estudá-la exige uma mistura de flexibilidade e sensatez, como se exemplifica a seguir.

⁴ Referência ao livro *Seja líder de si mesmo* de Augusto Cury, publicado em outubro de 2004,

⁵ Referência ao livro *Nunca desista de seus sonhos* de Augusto Cury, publicado em dezembro de 2004.

O sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. (HALL, 2005, p.12)

É nessa busca de entender tais questões, que se baseia essa Teoria Funcionalista, já que ela é feita preponderantemente por pesquisas de mercado, elencando o que as pessoas realmente desejam (POLISTCHUK e TRINTA 2003). É nesse conflito que boa parte das obras de Augusto Cury busca solucionar.

O livro *Seja líder de si mesmo* (2004) parece ir ao extremo, ao relatar inconsistências que impedem o amadurecimento pessoal, ao mesmo tempo em que provoca uma reflexão ao discutir os corriqueiros acontecimentos do dia a dia, que provoca um desequilíbrio cognitivo e espiritual.

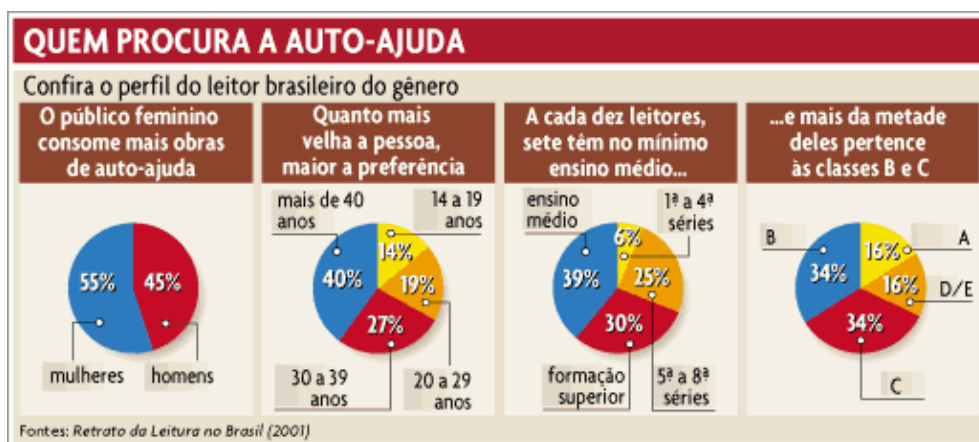
Na obra *Nunca desista de seus sonhos* (2004), Cury enumera exemplos de grandes líderes que conseguiram a partir de sua autoconfiança e persistência, alcançar seu objetivo. Citando Martin Luther King, Jesus Cristo e Abraham Lincoln. Até a sua própria história é exposta, relatando as dificuldades no Colegial, servindo de referência para tantos que se vêem sem perspectivas de mudança.

Segundo Wolf (2000, p.38), “Os componentes da audiência tendem a expor-se à informação que estão de acordo com suas atitudes e a evitar as mensagens, que pelo contrário, estão em desacordo com essas atitudes”. Ou seja, a essência do sucesso da literatura de autoajuda está na disposição que a narrativa tem de contar a realidade, sem desprezar o que seria ideal.

Conclusão

Visivelmente, o mercado editorial vive um bom momento. Pesquisas indicam o aumento significativo na compra de livros, frise-se, não apenas de autoajuda. Vive-se em uma sociedade cada vez mais dinâmica e sem tempo para uma avaliação interior e profundamente pessoal. Todos são treinados durante a vida inteira para saber agir no trabalho, na escola e na família. Mas, não há no currículo eletivo nenhuma disciplina que explique como cuidar dos próprios sentimentos. Os dados a seguir ilustram o perfil desse público consumidor.

Perfil de leitores⁶



⁶ Resultado disponível http://veja.abril.com.br/131102/p_114.html#quadro

O grande diferencial da narrativa de autoajuda é a discussão instantânea que ela provoca, já que seus temas são cotidianos e afetam a todos. A interpretação não requer esforço, mas apenas atenção. Esse estilo de literatura pode ir ao encontro das inconsistências público, mas não obrigatoriamente converge com o pensamento dos mesmos, fomentando uma reflexão estritamente pessoal.

O modelo teórico dos usos e satisfações figura entre aqueles que requerem uma *perspectiva de interpretação*. De algum modo, trata-se aqui e determinar como os conteúdos da mídia afetam o público. O que vai proposto, logo se revela particularmente útil para *pesquisas de mercado*, por levar a descoberta do quê os membros do público, em sua maioria, desejam. Na visão da mídia aqui subjacente, demandas no plano do simbólico devem corresponder fornecimentos de *produtos simbólicos* – uma atividade para a qual os meios de comunicação revelam excepcional preparo. (POLISTCHUK e TRINTA 2003, p.98)

A análise que esse trabalho faz da linguagem de Augusto Cury, é baseada em necessidades reais que são preenchidas graças às inúmeras possibilidades de comunicação. Ou seja, é através dessa interação que existe entre mídia e sociedade, que se podem vislumbrar outras realidades, criarem novas identidades e formar cidadãos.

Referências

CURY, Augusto (1998). **Inteligência multifocal**. São Paulo, SP: Cultrix.

_____. (2004). **Seja líder de si mesmo**. Rio de Janeiro: Sextante.

_____. (2004). **Nunca desista de seus sonhos**. Rio de Janeiro: Sextante.

HALL, Stuart (2005). **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva; Lopes Louro. Rio de Janeiro: DPZA.

MARTHE, Marcelom (2011). O alto astral da auto-ajuda. *In: Veja, São Paulo*, edição 1777. Nov. 2002. Disponível em: http://veja.abril.com.br/131102/p_114.html#quadro. Acesso em: 03 de maio.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos (2002). **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

VEJA. **Os livros mais vendidos em 2009** (2009). Disponível em: http://veja.abril.com.br/livros_mais_vendidos/livros-mais-vendidos-2009.shtml. Acesso em 02 de maio de 2011.

WOLF, Mario (2000). **Teorias da Comunicação**. 5 ed. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa.