

Escenas de lectura e industria cultural: el caso de los libros de autoayuda

Scenes of reading and Cultural Industry: The case of self-help books

VANINA BELÉN CANAVIRE¹

En este artículo abordamos un género de particular relevancia en el mercado editorial mundial: la literatura de autoayuda. Teniendo como escenario una ciudad argentina, y mediante el análisis de representaciones, experiencias y prácticas lectoras, recuperamos singulares apropiaciones de los libros de autoayuda, revelando finalmente la trama que se entretreje con el sistema de las industrias culturales.

PALABRAS CLAVE: libros, autoayuda, lectores, industria cultural, consumo.

In this article we tackle a genre of particular relevance in the global publishing market: the self-help literature. Taking place at a city of Argentina, and through analysis of representations, experiences, and practices of reading, we recover singular readings of the self-help books, finally revealing the plot that weaves with the system of cultural industries.

KEY WORDS: books, self-help, readers, cultural industry, consumption.

¹ Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
Correo electrónico: belencanavire@hotmail.com
Av. General Paz 154, 2º piso, C.P. 5000; Córdoba, Argentina.

Porque el deseo de leer, como todos los demás deseos que distraen nuestras
almas infelices, puede ser analizado.
Virginia Woolf (1923).

En un esclarecedor ensayo que cuestiona el lugar de las sociedades latinoamericanas en el mundo globalizado, los procesos de mundialización se describen como “la interpenetración de mercados, relaciones sociales y comunicaciones que atraviesan los Estados nacionales, achicando los espacios y homogeneizando los tiempos” (Garretón, 2002, p. 2).

En ese movimiento se inscriben hoy las industrias culturales² y comunicacionales. Entendemos por industrias culturales a “todo el sector de bienes y servicios culturales que son producidos, reproducidos, conservados o difundidos en serie y aplicando una estrategia de tipo económico” (Subercaseaux, 2002, p. 185). Con relación a sus campos de actuación, estas industrias involucran “desde los insumos del libro hasta una obra literaria ... y desde la artesanía producida en serie, hasta los programas de software para el manejo de imágenes audiovisuales” (p. 185).

Las industrias culturales son recursos estratégicos en tanto se volvieron protagonistas de los imaginarios sociales y ocupan un lugar prominente en el desarrollo socioeconómico de las naciones. Particularmente en el contexto latinoamericano, estas condiciones reclaman acciones estatales que regulen la producción y circulación de los bienes culturales.³ En este sentido “los Estados pueden proteger legalmente y auspiciar económicamente programas de producción y distribución que ayuden a existir a los grupos y redes menos poderosos, más innovadores o representativos de minorías” (García Canclini, 2001, p. 67).

En esta oportunidad abordaremos un producto de creciente expansión en el sistema de las industrias culturales: la literatura de au-

² El propio Theodor W. Adorno afirma que el término “industria cultural” fue empleado por primera vez en el libro *Dialektik der Aufklärung* que publicó con Marx Horkheimer en Amsterdam hacia 1947 (Morin & Adorno, 1967). La Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO) posibilitó la pluralización de este concepto a finales de los años setenta (Martín-Barbero, 2002, p. 297).

³ Véase el desarrollo de esta propuesta en García Canclini (2001).

toayuda. El lugar privilegiado que ocupan los “libros de autoayuda” encabezando las listas de *best-sellers*, y los altos índices de ventas que alcanzan mundialmente,⁴ señalan la relevancia de este fenómeno en la cultura masiva contemporánea. Sin embargo, este ha sido escasamente tratado desde el ámbito académico.⁵ Así pues, en el presente trabajo –desde la reflexión comunicacional– nos proponemos analizar los libros de autoayuda, haciendo hincapié en quienes les dan sentido: los lectores.

NOTAS METODOLÓGICAS

Jujuy es una de las provincias fundacionales de la República Argentina, situada en el extremo norte,⁶ se encuentra alejada del centro económico y político del país, y es una de las más pequeñas en cuanto a su dimensión territorial. De acuerdo a los últimos datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), es una de las provincias más críticas, en tanto, el indicador de desempleo suele ser de los más relevantes entre

4 Según los registros del Grupo ILHSA (líder en la venta de libros en Argentina) 3 de los 10 libros más vendidos del último año pertenecen al género de autoayuda: *Corriéndose al Interior*, de Ari Paluch; *Lecciones de Seducción*, de Pilar Sordo; *Sé tu Propio Héroe*, de Claudio María Domínguez, lo cual se puede corroborar en: <http://www.tematika.com/libros/>. En Colombia figuran entre los más vendidos: *Los Cuatro Acuerdos* de Miguel Ruiz y *Descubre tu Don*, de Joy Shajen (http://www.librerianacional.com/es/index.php?option=com_catalogo&idCategoria=287). En México, *Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva*, de Stephen Covey, se ubica entre los más vendidos (<http://www.gandhi.com.mx/>), mientras que en España, *El Secreto* de Rhonda Byrne se encuentra en el ranking de los más solicitados (<http://www.casadellibro.com/>).

5 Se registran acotados trabajos que provienen del campo de la psicología, la filosofía y la teoría cultural (Ampudia De Haro, 2006; Rüdiger, 1995; Serrano & Sierra, 2005). Aunque, una descripción amplia del género de autoayuda puede encontrarse en una tesis de doctorado inédita (Papalini, 2008).

6 Limita con los países de Bolivia y Chile, mediante los pasos fronterizos de La Quiaca y Yavi, y de Jama respectivamente.

las provincias argentinas, al igual que los indicadores de pobreza medidos por el índice de necesidades insatisfechas.

Nuestra investigación tuvo lugar en San Salvador de Jujuy,⁷ capital de Jujuy. Esta ciudad es la más poblada de la provincia,⁸ y constituye su centro político-administrativo y comercial.

A partir de un recorrido exploratorio observamos que la literatura de autoayuda ostenta un lugar de privilegio en las principales librerías de este espacio urbano, lo que resultó significativo para dilucidar la problemática que nos ocupa. El proceso de indagación se realizó mediante entrevistas en profundidad realizadas en el período 2009-2011. Los criterios de selección de los informantes fueron: tener entre 25 y 55 años de edad, residir en la ciudad de San Salvador de Jujuy y haber leído como mínimo 5 libros de autoayuda durante los últimos 3 años. Finalmente la muestra se compuso de 25 lectores (13 mujeres y 12 hombres).

La búsqueda de los informantes se desarrolló de dos maneras. Por un lado, mediante el trabajo de campo en las librerías de la ciudad, registrando las personas que se interesaban específicamente por material de autoayuda; por otro lado, empleamos un recurso virtual, la red social Facebook: en el perfil de cada usuario centramos nuestro interés en el apartado denominado “libros preferidos”.

Una vez seleccionados los lectores, las entrevistas fueron realizadas de forma personal y presencial. Este universo de estudio tuvo como marco de referencia el “muestreo teórico” y “la saturación de datos” (Glaser & Strauss, 2008). La elección de este enfoque metodológico responde a la idea de que en el relato subjetivo quedan inscritas las marcas y las huellas de lo social (Reguillo, 2000).

⁷ La ciudad de San Salvador de Jujuy se encuentra ubicada en la zona de los valles surandinos en el Departamento Dr. Manuel Belgrado. Se halla a una altura de mil 200 a mil 300 metros sobre el nivel del mar y fue fundada en 1593, entre los ríos Grande y Chico o *Xibi Xibi* por Francisco de Argañarás y Murguía (véase Bergesio, Golovanevsky & Marcoleri, 2009).

⁸ Según el Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2010, la población total de la provincia de Jujuy asciende a 673 mil 307 habitantes. Mientras que la población de San Salvador de Jujuy es de 265 mil 249 habitantes (INDEC, 2010).

Hemos organizado este escrito en cuatro secciones. Comenzamos describiendo la distribución de las librerías en la ciudad, a fin de contextualizar las posibilidades de acceso al material bibliográfico. En la segunda sección nos adentramos en las biografías lectoras, haciendo hincapié en el primer “encuentro” entre lector y libro. A continuación, y a partir de los relatos de los lectores, recuperamos las representaciones que se elaboran sobre la literatura de autoayuda. Por último, aludimos a las relaciones que se tejen entre la actividad laboral y los tiempos dedicados a la lectura.

LIBRERÍAS EN LA CIUDAD

En la zona céntrica⁹ de la ciudad de San Salvador de Jujuy¹⁰ se observan distintos lugares de venta de libros. Las librerías Horizonte y Rayuela son las de mayor antigüedad, y las más concurridas. En ambas, los libros de autoayuda ocupan un lugar de privilegio en sus estantes principales. En Magisterio y Librería Profesional, si bien se dedican a la venta de textos académicos, un espacio limitado se destina al género de autoayuda. Mientras que Kositas y Juan Pablo II –ubicadas en inmediaciones de la iglesia catedral y la basílica de San Francisco respectivamente– ofrecen en su mayoría textos religiosos, aunque también se observan ejemplares de autoayuda entremezclados en sus anaqueles,

⁹ En el espacio urbano de San Salvador Jujuy pueden distinguirse tres áreas: la zona norte, el área central (centro político, histórico y turístico) y la zona sur (García Vargas, 2009).

¹⁰ Los datos poblacionales permiten observar el alto grado de desigualdad en la distribución de la población dentro de la ciudad. Mientras que en la zona central, que abarca 20% del territorio de la ciudad, habita 12% de la población; en la zona norte, que ocupa 32% del territorio, habita 17% de la población, y en la zona sur, que representa 48 % del territorio de la ciudad, vive 71% de la población de San Salvador de Jujuy. Al respecto, cabe destacar una de las tendencias que definen el orden socioespacial de este espacio urbano: una segregación de tipo centro/periferia, donde el nivel socioeconómico de los habitantes desciende a medida que uno se aleja del centro (Bergesio, Golovanevsky & Marcoleri, 2009).

especialmente aquellos justificados en la religión.¹¹ Por último, Vairochana y Pequeños Sueños, de reciente apertura, venden exclusivamente literatura de autoayuda, en sus numerosas vertientes: autoestima, espiritualidad, empresa y relaciones interpersonales.

Según declaran los lectores entrevistados, las librerías en la ciudad son escasas, y no es menor el dato de que solo mencionan a Horizonte y Rayuela como los únicos lugares de venta disponibles en el centro capitalino. Sobre los 25 casos estudiados, la compra de libros de autoayuda en las librerías locales (Horizonte y Rayuela) se manifiesta como la opción predominante, representando 48% de la muestra total. A continuación, y en orden decreciente, se ubican los lectores que prefieren comprar material de autoayuda cuando viajan a otras provincias –especialmente Salta, Tucumán o Buenos Aires– donde tienen acceso a Yenny o El Ateneo¹² (24%). Una tercera posibilidad es la adquisición de libros en la web, donde portales como Temátika, Cúspide o Amazon.com son los más visitados por los lectores (20%). Por último, y de forma excepcional, los lectores recurren a puntos de venta callejeros en búsqueda de libros “usados” (8%).

¿LOS LECTORES LLEGAN A LOS LIBROS, O LOS LIBROS LLEGAN A LOS LECTORES?

El camino que sigue un lector para acceder a un libro es una trayectoria social que lo inscribe en un manojito de redes sociales. En los casos estudiados, es esencialmente mediante compras, préstamos y obsequios como los lectores adquieren los ejemplares de autoayuda.

En términos biográficos, un primer acercamiento a los libros de autoayuda puede tener lugar a partir del acervo disponible en las bibliotecas de los padres:¹³

¹¹ Al respecto, Papolini (2008) plantea que el género de autoayuda se justifica en dos tipos de discurso: el “científico” y el “religioso”.

¹² Cadena de librerías distribuidas en numerosas ciudades argentinas, propiedad del Grupo ILHSA.

¹³ En estos casos, se trata de lectores que manifestaron haber leído el “primer” libro de autoayuda entre los 16 y 18 años de edad.

Los primeros que leí eran de mi viejo, los de Chopra eran de él (Marcos, 34 años, odontólogo, casado sin hijos).

La lectura no es una práctica social únicamente porque clasifica o está clasificada en la jerarquía de los niveles sociales, sino también porque da origen a interacciones sociales. Así, el préstamo o el intercambio entre familiares y amigos invitan a la lectura:

Una vez me prestan el libro *La Nueva Psicología del Amor* y allí me encontré en varias partes. Con ese primer libro, yo dije: ¡hay otra vida! (Laura, 40 años, empleada estatal, divorciada sin hijos).

Así también, los lectores suelen obsequiar literatura de autoayuda:

Los he regalado, hay gente muy necesitada que por ahí no puede acceder a estos libros (Margarita, 56 años, ama de casa, viuda sin hijos).

También son destinatarios de estos regalos:

Para un cumpleaños, ellas juntaron plata y me lo regalaron (Patricia, 38 años, comerciante, divorciada sin hijos).

En las circunstancias descritas el libro se socializa dentro de las redes específicas de interacción de los lectores, ya sean familiares, amistosas o profesionales. En este sentido, la iniciativa de la lectura, la recepción y la circulación de los conocimientos adquiridos, las representaciones del libro y la lectura actúan en el marco de estas redes de socialización.

Otro modo de acceso a los libros es la “compra”, y según los lectores entrevistados, la elección de los ejemplares responde a dos motivos que pueden o no complementarse. Por un lado, depende de la información que los medios masivos de comunicación ofrecen acerca del libro:

Me compré los de Bucay porque me entretenía su programa de televisión (Omar, 36 años, comerciante, soltero sin hijos).

Por otro lado, la selección está condicionada por las recomendaciones específicas de personas allegadas al lector:

Llegué a estos libros porque tuve una crisis matrimonial y una amiga me los recomendó (Cintia, 42 años, contadora, divorciada con un hijo).

En este ejercicio de compra, mayoritariamente, los lectores eligen las “ediciones de bolsillo” por su módico precio; aunque excepcionalmente cuando se trata de lectores asiduos¹⁴ se prefieren las “ediciones normales” por la presentación de calidad y el tamaño de la tipografía.

A partir de la muestra de este estudio es posible afirmar que el modo predominante de acceso a los libros es la compra (64%); una segunda opción son los préstamos entre familiares y amigos (24%); mientras que es menos frecuente aún la adquisición de los libros mediante obsequios (12%).¹⁵

Si la compra domina las formas de adquisición de los libros es porque concreta cierta actitud, tal vez específica, respecto de la relación materializada con el libro. Los lectores que fueron interrogados declararon apreciar la posesión de los libros, la proximidad con las obras, es decir, la relación física con el libro. Además, la propiedad de los libros les permite, luego de la primera lectura, volver a consultarlos las veces que sean necesarias. Así, la compra refuerza la personalización del libro.

De esta manera, consideramos que las redes informativas que sostienen la lectura se agrupan alrededor de dos polos: uno, replegado al dominio privado más íntimo (familia); el otro, abierto hacia el espacio público más anónimo (medios de comunicación). Entre estos dos polos figuran diferentes redes de socialización: familiares, de amigos o profesionales.

Las redes de información y circulación de las obras que colocan al libro en la vida activa y cotidiana de los lectores, dan cuenta de que la

¹⁴ En esta ocasión, consideramos “lectores asiduos” a las personas que leyeron más de 15 libros de autoayuda en los últimos 3 años.

¹⁵ Vale decir que estos porcentajes representan el modo de acceso al primer libro de autoayuda. En tanto, una vez iniciada la trayectoria lectora, las posteriores formas de adquisición –compra, préstamo o regalo– suelen alternarse.

lectura es menos un acto de repliegue íntimo o aislamiento del mundo –como sostiene la representación tradicional–, que una práctica generadora de intercambios sociales.

METÁFORAS DEL LIBRO: SUS REPRESENTACIONES

A partir del encuentro con el libro, la ulterior práctica lectora incluirá complejas dimensiones imbricadas entre sí. En este sentido, las lecturas de autoayuda fueron descritas por los lectores como “necesarias”, “placenteras” o simplemente “recreativas”. En los testimonios de cada lector estas definiciones se manifestaban aisladas, o complementándose unas con otras. De igual forma, los entrevistados no representan la lectura de una sola manera, sino de múltiples. Así, leer entre líneas sus declaraciones nos permitió elaborar una tipificación con categorías que denominamos: materialista, afectiva, utilitaria y valorativa. Dejando para un futuro análisis el tratamiento de las representaciones reflexiva, liberadora y recreativa.

“BUENO, BONITO Y BARATO”

La materialidad del libro, señala Littau (2008), refiere a su forma física (formato editorial, diseño de las páginas, tipografía) que necesariamente influye sobre su contenido y sobre las formas de la práctica lectora. De modo similar, Chartier (1994) subraya que el significado de todo texto está inevitablemente unido a sus manifestaciones materiales. Siguiendo estos aportes, consideramos que un análisis reflexivo de la lectura, no puede pasar por alto las características materiales del libro ni el modo en que estas condicionan su interpretación.

De esta forma surge una definición material del libro que se deja entrever en el siguiente enunciado:

Yo describiría a estos libros con tres ‘B’: bueno, bonito y barato (Nora, 48 años, empleada estatal, divorciada sin hijos).

Aquí se califica a los libros mediante tres adjetivos. Sugerimos que los dos últimos dan cuenta de una concepción materialista del libro.

Por un lado, con el calificativo “bonito” la lectora alude al diseño y presentación del libro, lo que comprende criterios como: el formato editorial, la tipografía y la relación texto/imagen; esta descripción gráfica del libro también incluye –explica Nora– el estilo y el lenguaje utilizados por el autor.

Por otro lado, como ya quedó señalado, los sujetos prefieren comprar las ediciones de bolsillo por su bajo costo económico: Nora se suma a esta tendencia cuando reconoce como “barato” al libro en cuestión. Consideramos que esta conveniencia económica explica, en parte, la vertiginosa expansión de *best-sellers* pertenecientes a la literatura de autoayuda, lo que responde, en palabras de Martín-Barbero (2002), a la conformación de un mercado cultural donde los mundos simbólicos y las fuentes de producción se inscriben en la lógica de la industria y los aparatos especializados.

“UN CAMINO A LA LIBERTAD”

En *Teorías de la Lectura*, Littau (2008) pone el acento en la extinción de los afectos como categoría cultural y estética que alguna vez mereció estima. La autora sostiene que la historia literaria está colmada de referencias a la lectura en cuanto experiencia que afecta profundamente al lector. Esta particularidad queda ilustrada en la tradición clásica y neoclásica, “donde los poetas consideraban que valía la pena practicar la capacidad de despertar afectos, y el público que valía la pena experimentarla” (p. 74). Siguiendo esta línea argumentativa, Littau alude a la lectura excesiva o “fiebre lectora” que recorrió Europa en el siglo XVIII, período en que los libros hablaban tanto al corazón como a la cabeza.

De esta forma, la investigadora reseña una historia de la literatura, refiriéndose al drama, la poesía y la narrativa en prosa –en la Antigüedad–, y posteriormente a la “fiebre lectora” de las novelas modernas, destacando que en estas tradiciones leer literatura no implicaba solamente comprensión sino también sensaciones. Haciendo la salvedad de que esta propuesta aborda exponentes de la “gran literatura” (Sarlo, 2000, p. 227), mientras que nuestro estudio trata un género de la literatura masiva, consideramos trascendente la relación entre lectura

y afectos.¹⁶ En este sentido, entendemos que una “ocasión para el sentimiento” (Littau, 2008, p. 19) se revela de forma particular en la experiencia lectora de libros de autoayuda.

Así también, según Petit (2006), con el libro los lectores se sitúan en un registro frágil que está vinculado en particular al deseo, y los lectores son sujetos, sujetos que desean. En este sentido, aquellos se apropian de lo que leen deslizándose entre las líneas sus deseos, fantasías, y angustias. De esta manera, se entiende el papel que la lectura puede tener en la elaboración de la subjetividad, y más específicamente en la reconstrucción del sí mismo.

Bajo inspiración de las perspectivas reseñadas, formulamos una nueva categoría, vale decir, una definición afectiva del libro:

Son un camino a la libertad. Me enseñaron a aprovechar las 24 horas del día, que si yo quiero vivir desde este lugar puedo hacerlo, que no tengo que atarme a vivir desde lugares que no me interesan ... a que no tengo que quedarme quieta, ahora puedo fluir (Noelia, 54 años, empleada estatal, divorciada con dos hijas).

A fin de contextualizar estos enunciados, diremos que la biografía de Noelia –según su propio relato– está marcada por relaciones conflictivas con personas alcohólicas (su madre y su ex esposo). En esas circunstancias, Noelia se describe retrospectivamente como “un ama de casa, con bastantes fobias y baja autoestima”. Sin embargo, la lectura cuantiosa y reflexiva de libros de autoayuda le permitieron construirse –o reconstruirse–, descubriendo así un margen de maniobra en el destino personal y social: se divorció, comenzó sus estudios universitarios, buscó trabajo, y cedió la tenencia de una de sus hijas. Se trataría aquí, de un sujeto que construye su historia apoyándose en fragmentos

¹⁶ En esta ocasión adherimos a la propuesta desarrollada por Beatriz Sarlo (2000) en un reconocido estudio sobre las “narraciones semanales” de principios del siglo XX. La autora plantea que, aún cuando estas narraciones fuesen consideradas –por los críticos literarios y el público culto– como “mala literatura”, era posible estudiarlas con algunos instrumentos que la crítica y la historia literaria aplican a los productos de la cultura alta.

de relatos y de allí saca fuerzas para ir a un lugar diferente al que todo parecía destinarlo (Petit, 2001, p. 47).

Theodor W. Adorno (2007) –precursor de la Escuela de Frankfurt– sostuvo que el imperativo categórico de la industria cultural no tenía nada en común con la libertad. Por el contrario, consideraba que este orden promovía el sometimiento y el conformismo de los sujetos (p. 17). En el caso de nuestra lectora hallamos resonancias de este planteamiento. Noelia afirma con convicción que las enseñanzas aprendidas de los libros, tales como “aprovechar el tiempo diario” y “ser flexible”, allanaron su camino hacia la “libertad”. Así, la aceptación de satisfacciones –aunque sean fugaces– por parte de los consumidores, revela la eficacia de los dispositivos de la cultura industrializada. En este sentido, la literatura de autoayuda bajo la promesa de atenuar los problemas de la vida cotidiana, disfrazada la ideología totalizante¹⁷ y la lógica mercantilista¹⁸ de la industria cultural.

“BUSCÁNDOME EN LOS LIBROS”

Con respecto a las funciones que se le atribuyen a la lectura, Littau (2008) sugiere que “la literatura afecta a los lectores solo si les permite reconocerse en la vida ficticia de los personajes” (p. 222), a saber, no es posible disociar el afecto de la identificación empática del lector con un personaje literario. Por su parte, Semán (2007) reflexiona sobre el proceso de simbolización ofrecido en la literatura espiritual contemporánea, donde “cada lector encuentra un tramo que de alguna forma remite a su situación personal ... y permite fijarla como una posibilidad en el caos de representaciones y emociones” (p. 143).

¹⁷ En referencia a las obras de arte, Adorno y Horkheimer (2007) indican que la totalidad impuesta por la industria cultural acaba con la insubordinación de los detalles de la obra, tratando por igual al todo y a las partes.

¹⁸ Las industrias culturales actúan según sus perspectivas fundamentalmente de mercado (Ortiz, 2002).

El trazo de familiaridad que se crea entre la situación del lector y los protagonistas de las narraciones,¹⁹ se revela como una característica del contrato de lectura propuesto en el género de autoayuda:

Cualquier libro puede ser de autoayuda, si encontrás ahí un personaje que de alguna manera resuena con lo que está pasando en tu vida y te ayuda (Edgardo, 42 años, ingeniero electrónico, soltero sin hijos).

Estos libros son guías, y participar de un grupo de autoayuda me dio herramientas para leerlos buscando ciertas cosas ... buscándome allí (Susana, 45 años, ama de casa, divorciada sin hijos).

En estos comentarios se pone de manifiesto lo que denominamos la representación utilitaria del libro. Según los lectores, los ejemplares de autoayuda los atrapan en tanto dan lugar al reconocimiento de la propia experiencia vital en los relatos del texto, lo que les permite nombrar y dar sentido a los estados que atraviesan. En los libros de autoayuda, las etapas sensibles que continúan a diferentes episodios críticos –por ejemplo, la pérdida de un familiar–, suelen presentarse como normales en todos los casos, descontextualizando así la situación particular de cada sujeto. Hay en este recurso de normalización un eco de la reflexión de Adorno y Horkheimer (2007), acerca de que “la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y la reproducción en serie” (p. 134). Si trasladamos este argumento al terreno de lo simbólico, diremos que los alicientes divulgados en los libros de autoayuda funcionarían como bienes estándares destinados a cubrir las carencias emocionales –ya uniformadas desde la producción– de los sujetos.

“COMO LUCES EN EL CAMINO”

Una cuarta dimensión refiere al valor simbólico que los lectores otorgan a los libros. Al respecto, Petit (2006) indaga en el papel que tiene la lec-

¹⁹ La aparición recurrente de relatos breves, narraciones de experiencias, testimonios y diálogos cotidianos, se presenta como una característica del género de autoayuda (Canavire, 2008).

tura literaria en la construcción de la propia experiencia en el mundo: “Hay textos que funcionan como haces de luz sobre una parte del sí mismo en sombras hasta ese momento ... A veces, el lector encuentra allí la energía, la fuerza para salir de un contexto en el que estaba bloqueado” (p. 48).

En los casos estudiados los lectores recuerdan, de manera especial, aquellos libros que cumplieron una función reparadora en circunstancias desfavorables de sus biografías: los que les dieron esperanza.

Marcos atesora con nostalgia estas lecturas:

Me ayudaron muchísimo. Me los imagino como pequeños focos que se prendieron en esa oscuridad y te dicen: hay soluciones, hay salidas (Marcos, 34 años, odontólogo, casado sin hijos).

Así también, en el estudio sobre los libros de Paulo Coelho, Semán (2007) destaca el “interés vital” que estos textos comportan para los lectores por lo que se obtiene de ellos. Los sujetos organizan representaciones y prácticas, con imágenes y conceptos surgidos de tales libros.

Cintia, tras un divorcio conflictivo, y frente a la crianza de un hijo pequeño, comenzó una trayectoria lectora que continúa hasta la actualidad:

Todos te suman algo, son libros que te ayudan a vivir mejor: transmiten el mensaje de una vida interior sana (42 años, contadora, divorciada con un hijo).

Los mensajes revitalizadores que se difunden en los libros de autoayuda, son valorados como herramientas que contribuyen al bienestar emocional de las personas. El “vivir mejor” expresado por Cintia refiere al equilibrio emocional que encontró en sus lecturas, mediante la puesta en práctica de enseñanzas que le permitieron superar los momentos de crisis y, prolongar o compartir, los buenos momentos.

De este modo se revelan cuatro hebras que van entretejiéndose en la trama de la experiencia lectora: la materialidad del libro, la movilización de los afectos, la identificación empática del lector y el valor simbólico de los textos en la experiencia vital.

LECTURAS Y ÉXITO LABORAL

Sennett (2000) caracteriza a la era del capitalismo salvaje como de riesgo, de extrema flexibilidad y objetivos a corto plazo. Si bien el sociólogo analiza las transformaciones laborales en empresas estadounidenses de alcance internacional, creemos que estas nuevas condiciones de trabajo también dan forma a la realidad local.

En este escenario consideramos que los libros de autoayuda fomentan la capacidad de los individuos de adaptarse a las consignas del nuevo capitalismo. Así pues, uno de los mandatos rectores como la búsqueda de éxito se manifiesta en la respuesta de Alejandra:

Busco que los libros me ayuden a conseguir mis metas ... ahora, es un mes financiero crítico, entonces anoche agarré *El secreto* para acordarme que soy yo quien atrae las cosas (40 años, diseñadora gráfica, casada con dos hijos).

En el nuevo orden laboral, donde pesa menos la experiencia que la capacidad inmediata (Sennett, 2000, p. 100), y donde la competencia entre pares marca la actividad de los trabajadores, el enriquecimiento de la formación profesional se vuelve una exigencia ineludible. Así lo expresa Jaime:

Los de neurolingüística, y *La inteligencia emocional* los leí con la idea de que uno es muy cuadrado en su formación, y estos libros te abren una nueva dimensión: la práctica (33 años, administrador de empresas, soltero sin hijos).

Al tiempo estructurado de la vida profesional y activa, se continúan los momentos de ocio, y es justamente en estos tiempos marginales de la actividad laboral donde se consume la literatura de autoayuda.

De este modo la lectura puede tener lugar en horario nocturno:

Cuando termino de trabajar, los leo en la cama por la noche (Dante, 48 años, contador, divorciado sin hijos).

O antes de iniciar un nuevo ciclo de actividades por la tarde:

Se volvió un ritual leer antes de dormir la siesta (Diego, 40 años, técnico radiólogo, casado sin hijos).

Así también, esta práctica de lectura no sistematizada se desarrolla en ocasiones tales como: un viaje en colectivo, durante la espera en un consultorio, en momentos de distracción, o tomando un café en la oficina.²⁰

Esta correspondencia entre lecturas de autoayuda y tiempos de descanso, puede relacionarse con lo que afirmaron Adorno y Horkheimer (2007): “los productos de la industria cultural pueden contar con que serán consumidos alegremente incluso en un estado de distracción” (p. 140). Esto refiere a la idea de que los productos de masas son fabricados de acuerdo a las cualidades en serie asignadas a los consumidores, de este modo para todos hay algo previsto y nada escapa al esquematismo de la producción.

A pesar de que las lecturas tienen lugar en momentos de ocio, el discurso de los libros se destina principalmente a optimizar las relaciones laborales de los sujetos,²¹ revelándose así la condición *sine qua non* de estos dispositivos: el aporte a la perpetuación económica del mercado. En este sentido, un abogado destaca lo sustancial de sus lecturas en las interacciones con colegas y clientes:

La información de estos libros es una carta de presentación bárbara en cualquier tipo de reunión: formal o informal. En la parte formal he quedado muy bien con mis colegas en muchas ocasiones. En la parte informal, por narrar historias de los libros hice llorar gente, logré emocionar a puntos límites. Las personas se sienten agradecidas cuando uno les puede transmitir este tipo de enseñanzas (Adrián, 30 años, abogado, soltero sin hijos).

²⁰ Hacemos referencia a una “lectura no sistematizada”, en tanto se diferencia de la “lectura planificada” que tiene lugar, por ejemplo, en una biblioteca pública (donde el tiempo de lectura es medido por los plazos para devolver las obras en préstamo).

²¹ En este caso, nos estamos refiriendo a los libros de autoayuda que abordan la dimensión “trabajo”.

REFLEXIONES FINALES

En este trabajo, nos habíamos propuesto indagar sobre el modo en que la literatura de autoayuda –de consumo masivo–, se inserta en las condiciones actuales de mundialización de la cultura. Anclamos nuestro estudio en un contexto local: la ciudad de San Salvador de Jujuy, Argentina. Las condiciones que presenta este espacio periférico del territorio nacional fueron propicias para abordar la problemática en cuestión, lo que nos anticipa una primera observación: las industrias culturales y la vertiginosa expansión de sus productos desconocen límites geográficos, llegando a instalarse en lugares alejados de las grandes urbes.

Según la propia evaluación de los ciudadanos, en el espacio urbano de San Salvador las librerías son escasas, y el *stock* que estas ofrecen también es limitado, lo que genera un escenario de difícil acceso a cualquier tipo de material bibliográfico. A pesar de que los lectores describen estas circunstancias como adversas, a partir de nuestro estudio se desprende una segunda observación: es fundamentalmente a través de la compra que los ciudadanos acceden a la literatura de autoayuda, y en menor medida los libros son objeto de préstamos o regalos. Así también, la comunicación en torno al libro se articula en redes públicas y anónimas de socialización y/o en redes más privadas y personalizadas de intercambios.

A partir de las narrativas de los lectores, fue posible recuperar algunas representaciones que elaboran sobre el material de autoayuda. Este análisis nos permitió interpretar, particularmente desde los aportes de Adorno y Horkheimer (2007), las relaciones manifiestas entre industria cultural, vida cotidiana y discurso de autoayuda. En este sentido, revelamos una tercera especificidad: la movilización del cuerpo y las sensaciones, así como los diferentes sentidos que los lectores encuentran en los textos, dan cuenta de la eficacia del género en estudio.

La literatura de autoayuda suele considerarse seriada y altamente estereotipada, lo que explica la falta de interés del ámbito intelectual por esta temática. Sin embargo, creemos necesario emprender un análisis profundo, que incluya tanto las estrategias de producción como las prácticas de recepción.

Al momento de narrar sus trayectorias, los lectores solían extenderse particularmente sobre aquellos periodos de crisis que debieron enfrentar. Consideramos que, a diferencia de tiempos pasados, estos episodios personales e íntimos se hacen decibles en medio de una cultura terapéutica. Quizás, allí resida la clave de este fenómeno editorial: en la necesidad de escucha que los sujetos reclaman en la urdimbre de la vida postmoderna.

Bibliografía

- Adorno, T. & Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Ampudia De Haro, F. (2006). Administrar el yo: literatura de autoayuda y gestión del comportamiento y los afectos. *Revista Española de Sociología*, 113, 49-72.
- Bergesio, L., Golovanevsky, L. & Marcoleri, M. (2009). *Construcción social de la ciudad. San Salvador de Jujuy desde el barrio Alto Comedero*. Jujuy, Argentina: EdiUnju.
- Byrne, R. (2012). *El secreto. Enseñanzas diarias*. Madrid: Urano.
- Canavire, B. (2008). *El arte de vivir. Análisis discursivo de la inteligencia emocional desde la Escuela de Palo Alto*. Tesis de grado no publicada, Universidad Nacional de Jujuy, Jujuy, Argentina.
- Chartier, R. (1994). *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Covey, S. (2005). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. México: Paidós.
- Domínguez, C. (2011). *Sé tu propio héroe*. Argentina: Atlántida.
- García Canclini, N. (2001, septiembre/octubre). Por qué legislar sobre industrias culturales. *Nueva Sociedad*, 175, 59-69.
- García Vargas, A. (2009). La desigualdad a la vuelta de la esquina. Los 90' en San Salvador de Jujuy. En M. Lagos (Dir.), *Jujuy bajo el signo neoliberal* (pp. 357-399). Jujuy, Argentina: EdiUnju.
- Garretón, M. (2002). Las sociedades latinoamericanas y las perspectivas de un espacio cultural. En M. Garretón (Comp.), *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado* (pp. 2-28). Santafé de Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.

- Glaser, B. & Strauss, A. (2008). *Una teoría fundamentada (o básica)*. Santafé de Bogotá, Colombia: Colegio de Traductores de Santa Fe.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INDEC. (2010). *Censo Nacional de Población y Viviendas 2010*. Recuperado el 29 de septiembre de 2011 de <http://www.indec.gov.ar>
- Littau, K. (2008). *Teorías de la lectura*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Martín-Barbero, J. (2002). Las transformaciones del mapa: identidades, industrias y culturas. En M. Garretón (Comp.), *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado* (pp. 296-321). Santafé de Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Morin, E. & Adorno, T. (1967). *La industria cultural*. Buenos Aires, Argentina: Galerna.
- Ortiz, R. (2002). Identidades, industrias culturales, integración. En M. Garretón (Comp.), *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado* (pp. 322-334). Santafé de Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Paluch, A. (2011). *Corriéndose al interior*. Argentina: Planeta.
- Papalini, V. (2008). *La formación de subjetividades en la cultura contemporánea: el caso de los libros de autoayuda*. Tesis de doctorado no publicada, Universidad de Buenos Aires/Universidad de París 8, Buenos Aires, Argentina.
- Petit, M. (2006). *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*. México: FCE.
- Reguillo, R. (2000). Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo. *Revista Universidad de Guadalajara*, 17. Recuperado el 25 de septiembre de 2011 de <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug17/4anclajes.html>
- Rüdiger, F. (1995). *Literatura de auto-ajuda e individualismo*. Porto Alegre, Brasil: Ed. Universidade/UFRGS.
- Ruiz, M. (1999). *Los cuatro acuerdos*. México: Urano.
- Sarlo, B. (2000). *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma.
- Semán, P. (2007). Retrato de un lector de Paulo Coelho. En A. Grimson (Comp.), *Cultura y neoliberalismo* (pp. 137-150). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

- Sennett, R. (2000). *La corrosión del carácter*. Barcelona, España: Anagrama.
- Serrano, P. & Sierra, J. (2005). Efecto de lectura de material de autoayuda sobre las variables psicológicas en una muestra no clínica. *Universitas Psicológica*, 4 (2), 197-204.
- Shajen, J. (2011). *Descubre tu don*. México: Planeta.
- Sordo, P. (2010). *Lecciones de seducción*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Subercaseaux, B. (2002). Élite ilustrada, intelectuales y espacio cultural. En M. Garretón (Comp.), *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado* (pp. 174-193). Santafé de Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.