

Lectores de Literatura de autoayuda en dos contextos universitarios¹

Self-Help Literature Readers in Two University Contexts

MARÍA ALICIA PEREDO MERLO

Universidad de Guadalajara

México

aliciaperedo@hotmail.com

(Recibido: 08-09-2017;
aceptado: 02-01-2019)

Resumen. Esta investigación tuvo el objetivo de estudiar la lectura de libros de superación personal o autoayuda, que realizan estudiantes de dos contextos universitarios. Se partió de la hipótesis de los estudios de mercado y encuestas nacionales que evidencian altos consumos de este tipo de literatura popular. Interesó descubrir qué los vuelve tan atractivos entre los jóvenes. Se presenta la discusión teórica desde los estudios socioculturales y la psicología positiva. La metodología se basó en el análisis cualitativo de un corpus compuesto por el apartado mercadológico, los testimonios de estudiantes de escuelas públicas del nivel bachillerato y universitario. Los datos arrojan los principales temas de interés de los libros y los lectores. Concluimos que más que los contextos, la condición de juventud los caracteriza como lectores en una sociedad en movimiento. Solamente tienen perspectivas diferentes de la felicidad.

Palabras clave: *literatura popular; lector; mercado editorial; felicidad; conflicto emocional.*

Abstract. This study analyzes students' reading of self-improvement books in two university contexts. The initial hypothesis originates from market studies and national surveys that show high consumption rates among these types of popular literature. One of the major goals was to discover what makes them so attractive to teenagers and young people. A theoretical discussion is presented here based in sociocultural studies and positivistic psychology. Methodology was based on a qualitative analysis of a corpus integrated by marketplace studies and public school student's testimonies from the last two years of high school and the university level. Data sheds light on the main topics of interest from the books themselves and from the readers. Conclusions lead us to assert that more than contexts, the condition of young people defines them as readers in a society in movement. They just have different perspectives about happiness.

Keywords: *Popular literature; readers; editorial market; happiness; emotional conflict.*

¹ Para citar este artículo: Peredo Merlo, M.A. (2019). Lectores de Literatura de autoayuda en dos contextos universitarios. *Álabe* 20. [www.revistaalabe.com]
DOI: 10.15645/Alabe2019.20.1

Introducción

En este artículo exponemos los resultados de una investigación empírica que trató de comprender los motivos que tienen los jóvenes estudiantes de bachillerato y licenciatura para decidir leer un libro de los denominados de superación personal o de autoayuda, referida esta última a la ayuda emocional o espiritual. Para algunos críticos y estudiosos es un tipo de literatura popular de baja calidad y para otros es una lectura reparadora de los problemas cotidianos.

Las definiciones de este tipo de literatura convergen en la noción de pertenencia a la cultura masiva debido a la serialidad de su producción y su orientación hacia el consumo (Papalini, 2006). Francisco Rüdiger (1995:11) citado por Belén Canaire (2016) la define como un conjunto textualmente mediado por prácticas a través de las cuales las personas, supuestamente, descubren y emplean sus recursos interiores en busca de un sentimiento de bienestar consigo mismo y la resolución de conflictos interiores. Tomas Abraham (2000), citado por Belén Canaire, la incluye en la conocida biblioterapia donde el conocimiento se transmite a través de la experiencia. Para Giddens (1997:94) el propósito fundamental es que el lector consiga su propio bienestar a través de un proceso de reflexividad. Tienen una naturaleza performativa que se basa en la idea del poder de la voluntad que dota al sujeto de una capacidad de agencia; es decir, capaz de reflexividad para cambiar su vida (Rutlant Da Cunha, 2013). Para Leonardo Varela (2014) es la literatura del consejo y es equivalente a los viejos manuales de conducta ya que normatizan la subjetividad de los individuos contemporáneos por medio de la introyección de representaciones que una determinada sociedad considera funcionales. Semán y Rizo (2013) argumentan que tienen una estrecha relación con las ideologías religiosas aunque se proclamen ajenos a un credo, sobre todo si pensamos en las nuevas corrientes religiosas. El género de la autoayuda abarca una gama de mercancías que no se restringen al libro sino a diferentes medios de difusión que ofrecen un vocabulario para el auto conocimiento y la comprensión de las relaciones interpersonales. Son parte de una industria editorial que se caracteriza por altos tirajes y ventas (Peredo 2012, 2014), como veremos más adelante. En síntesis este género pertenece a la cultura popular y ofrece una gama amplia de procedimientos, técnicas y recomendaciones a seguir, a manera de consejos, para que la gente sufra lo menos posible y logre la anhelada felicidad. A través de una especie de mandato o consigna en la que el lector suele ser la causa de su desdicha y por lo tanto el cambio está en sus manos, logran promover formas discursivas que penetran en los comportamientos sociales, sobre todo de los jóvenes. Como afirma Golubov (2015), el campo de acción de estos libros son los paisajes interiores.

Las grandes discusiones

Al menos hay tres grandes escuelas de pensamiento que se han preocupado por el análisis de este tipo de literatura: la sociología de la cultura, la psicología y los estudios de crítica literaria y de la recepción. En todos los casos subsume la idea de lectura como producción de sentido (Petit:2001) la cual se asume en esta investigación, pero también se da importancia al contexto cultural (Barton, 1994/2007) desde los Nuevos Estudios de Literacidad y la de Rosenblath (1994) en la que el lector toma posición estética o eferente frente a un texto; es decir, el lector otorga significado a partir de su propia expectativa e interés. Asimismo, asumimos los postulados de Bajtin (1986) en relación a la polifonía de los textos y a los actos de habla interior que éstos provocan. Para Pétit (2001:31) la lectura puede dar a las personas “sentido de vida y encontrar, o volver a encontrar la energía para escapar de los callejones sin salida en los que estaban bloqueados”. Estas grandes premisas están presentes en estas posiciones teóricas además de los aspectos propios que ponen a discusión.

Desde los estudios socioculturales se analizan la industria, la oferta y el consumo, en este caso, de un discurso dominante (de la Peza, 2001) o del consumo cultural (García Canclini, 1995) o de la apropiación hasta la integración significativa de un producto cultural como los libros de superación personal (Grillo, Papalini y Benítez, 2016) que tienen el trasfondo de la felicidad y el bienestar emocional individual. Foucault (1990), en su arqueología del cuidado del sí mismo, explica que conocerse antes que cuidarse son elementos que desde los griegos, se han considerado para alcanzar la felicidad, asunto que además trataba Bertrand Russell (2006), a principios del siglo XX, sosteniendo que los grandes pesares suelen ser semejantes en todo tiempo y que el hombre siempre ha buscado la felicidad. Podemos proponer que lo que se ajusta, en los diferentes contextos y culturas, son las nociones de bienestar y las tecnologías para alcanzar estos estados. Para Foucault las tecnologías del yo permiten a los individuos efectuar por cuenta propia cierto número de acciones sobre su cuerpo y mente obteniendo una transformación con el fin de alcanzar un estado de felicidad o sabiduría (Foucault, 1990: 48).

Semán y Rizo (2013:84) postulan que en la literatura de auto ayuda o de superación personal se encuentran puntos de intersección con las ideologías religiosas. Si bien, dicen los autores, se supuso que la lectura es un elemento de secularización, los lectores no leen desde un punto de vista secular y más bien esta literatura es vehículo del sentido de lo religioso. “En suma la literatura de masas, al menos en parte, puede ser o devenir en una nueva literatura sagrada y los literatos pueden ejercer el papel de nuevos ideólogos religiosos...” Sería interesante un estudio, que no es el caso de esta investigación, que identificara los límites entre lo religioso y lo secular en este tipo de literatura, sobre todo con las nuevas creencias de los grupos del *new age*. En todo caso, la lectura de esta literatura puede ser vista como un proceso de simbolización que a nivel de prácticas comprenden un conjunto de reglas de conducta que constituyen un código ritual y sirven como guías de acción (De la Peza, 2001:31) Se convierten en prescripciones que conducen a

preguntarnos qué hace el lector con este tipo de textos, cuáles son los temas recurrentes, los autores y sus formas de promoción. En síntesis cómo llegan estos discursos dominantes a públicos cada vez más amplios.

Ahora bien, desde la perspectiva sociológica, el lector es un consumidor y la sociología va a privilegiar lo que hace el sujeto-agente con los textos. De acuerdo con García Canclini (1995) el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos. Depende de las grandes estructuras del capital, que hacen uso de una gama importante de formas de mercantilización (Peredo, 2012) para convencer a los consumidores de adquirir un producto determinado que indudablemente satisfará sus necesidades, en este caso, emocionales. Para Bourdieu (1988) el consumo es enclasante ya que pasa por un proceso de apropiación desde la noción de mediación y de estrato social. En este estudio veremos que el contexto universitario donde se ubican los estudiantes entrevistados, metropolitano o regional, no ha sido factor de diferenciación en el consumo de los libros de auto ayuda, lo cual puede ser un indicador de su alta penetración en el público lector. Algunos críticos como Lombana (2009: 253) afirman que estos libros, desde el clásico de Carnegie, promueven una filosofía práctica basada en una reflexión individualista que erosiona el apoyo del grupo social y que obedece a un consumo sensual adecuado a una lectura placentera más que intelectual. Lo importante no es si esta lectura da placer o no, sino que repara ciertos estados emocionales a partir de una idea simplificada de autorrealización personal.

En síntesis desde los estudios socioculturales se argumenta el papel de la mercadotecnia, la oferta y el consumo, los procesos de simbolización y apropiación de los discursos dominantes; la integración significativa de estos libros como objetos culturales propios de sociedades capitalistas e individualistas que promueven la reflexividad pero simplifican la idea de autorrealización y felicidad.

Desde las corrientes psicológicas se discute este tipo de literatura como biblioterapia, sobre todo basándose en la llamada psicología positiva. Ad Bergsma (2008) estudia la utilidad de esta literatura para saber si alivian algún síntoma de desorden psicológico. Analiza 57 libros de autoayuda en los Países Bajos y concluye, entre otras cosas, que no hay evidencia suficiente de su efectividad. Indudablemente que el lector tiene un papel importante y complejo, sobre todo, si pensamos en las teorías de la lectura y la comprensión. El lector, incluso, puede no comprender los mensajes del texto pero aunque los comprenda no hay consejo que garantice una mejor vida para cualquier lector. Dice Bergsma que el libro ofrece opciones para pensar y actuar desde las herramientas psicológicas individuales. El consejo da solo orientaciones que el lector decide tomar y cómo seguir ya que la mayoría de las personas está capacitada para elegir opciones, de manera tal que es más importante la calidad del lector que la del consejo mismo. Sin duda hay padecimientos que no pueden ser tratados por la biblioterapia, además de que estos libros están rodeados de mitos. Para Paul (2001), citado por Bergsma (2008:349) hay cinco grandes mitos comunes: a) Sacar el enojo hará que se elimine, pero la psicología postula que expresar enojo puede mantenerlo activo. b) Si se padece depresión es suficiente

tener pensamientos positivos para sanarla; la investigación muestra que el resultado puede ser el opuesto al deseo. c) Visualizar los objetivos propios hará que se logren; la investigación muestra que el optimismo no es suficiente para alcanzar los objetivos. d) La autoafirmación incrementa la autoestima; la investigación hace evidente que es más importante la interacción con otros. e) Escuchar puede mejorar la comunicación con la pareja; la investigación muestra la eficacia de evitar la hostilidad.

Probablemente el punto común de estos libros es la idea de consejo que subsume el contenido y quizá el de ayuda; no obstante, hay narrativas que pretenden ser moralizantes y que lejos de ayudar confunden los valores morales y tratan de regular la práctica de la sexualidad, sobre todo la de los jóvenes, desde la perspectiva de la religión católica.

De acuerdo con Manjón (2014), a partir de los años '80 esta literatura propone el bienestar psíquico a través de la acción individual del lector quien tiene una relación equivocada consigo mismo y debe aprender a amarse y conocerse para poder tener relaciones sanas. Incluso, estos libros diseñan ejercicios con el objetivo de entrenar actitudes, pensamientos y emociones positivas, a manera de reeducación del pensamiento minimizando la situación o el contexto del conflicto y sin considerar la génesis ni el proceso de los problemas que aquejan. Dice Manjón que no contemplar la extraindividualidad no elimina su relevancia, sobre todo en sociedades altamente individualistas. Los consejos son más tranquilizadores que útiles. Para Mur (2009) los autores de los libros de autoayuda parecen haber tomado el rol de psicólogos, curas o consejeros, buscando imitar la experiencia psicoterapéutica. La forma más reciente se basa en el concepto de autodominio con la finalidad de conseguir la felicidad y el éxito en la vida; de hecho esto ya no es solo una idea de los filósofos sino un fenómeno cultural que debería completarse con el estudio de hábitos lectores y correlacionar lecturas e índice de felicidad.

En síntesis, los estudios psicológicos presentan el punto de tensión entre la ayuda profesional de psicólogos y especialistas en el tratamiento de algún desorden emocional y este tipo de literatura que simplifica el tratamiento descontextualizando el origen y evolución del padecimiento. Sostienen que los autores se asumen como autoridades en el campo pero disminuyen la importancia de las subjetividades que deben reconstruirse en tiempos de crisis.

Una tercera vertiente de análisis se refiere a la estructura y recepción e incluso al análisis puntual de algunas obras. Solo enunciaremos algunos rasgos. Para Michael de Certau (2000) son un tipo de literatura que formula esencialmente “artes de hacer”, lo que a nuestro juicio les da un carácter utilitario y al mismo tiempo prescriptivo. Si estamos de acuerdo en que el lector puede alterar la estructura del texto, entonces podemos pensar que incluso en textos narrativos, el lector puede tomar relatos o ideas como mandatos. Esta estructura de “tú puedes y tú eres la causa de tu felicidad o desdicha” como mandato de conducta se ve reflejada en un personaje que envuelto en problemas, sale victorioso aplicando una serie de preceptos de vida, que por cierto, suelen estar en los límites de lo religioso. La mayoría de estos libros transmiten un discurso sobre el amor romántico y regulan las relaciones de pareja a través de normas que constituyen una mo-

ral entendida, en palabras de Foucault (1986), como un conjunto de valores y reglas de acción que se proponen a los individuos por medio de diversos aparatos prescriptivos y que pueden ser enseñadas de forma explícita o difusa y conforman un código moral (Béjar, 2011) Para Belén (2016) algunos aspectos generales de la estructura son: la centralidad de la experiencia subjetiva, el carácter testimonial, los elementos emotivos, los dogmas prácticos, las soluciones individuales, la sobre saturación semántica y la generalidad de las propuestas vitales.

Por medio del vocabulario y la narrativa, con el repertorio de identidades que presenta (deprimido, falta de autoestima, angustiado), esta literatura facilita que los lectores se ubiquen como protagonistas e incluso, se inventen como sujetos de la enunciación poniendo énfasis en el poder sanador de la palabra. Este es un acto de apropiación e identificación con el guion (Golubov, 2015). Con base en la teoría de Iser, Peroni (2003) afirma que cada texto presupone un lector implícito o implicado que cobra vida gracias a la interacción permanente entre el mundo del lector y el mundo del texto. Particularmente los adolescentes y jóvenes recogen de los libros imágenes y fragmentos para dibujar un habitáculo propio; un espacio donde se traza un camino personal y se desprenden de determinismos o discursos familiares. Los lectores se apropian de los textos, los interpelan a su antojo y esto nos lleva a la recepción pero habrá que estar alerta de que solo el lector conoce sus pensamientos, los cuales pueden tambalear sus certezas y no declararlas del todo (Petit, 2001).

Ahora bien, los críticos literarios se preguntan si estos libros pueden ser considerados literatura e incluso desmenuzan algunos textos como Ávalos Flores que, tomado varios autores de referencia, entre otras cosas, afirma que la obra de Paulo Coelho es de una mala calidad literaria, que recurre a lugares comunes y critica la fragilidad de sus personajes, la estructura narrativa arquetípica, las incoherencias lingüísticas y su fascinación por lo sobre natural a través de personajes que realizan todo tipo de adivinaciones (Ávalos Flores, s/f).

En otro estudio, de mi autoría (Peredo, 2014), utilizo el concepto de novela consolante de Eco (1995) quien afirma que la idea de consolante parte de una ideología paternalista y consuela al lector de no ser un *superhombre*, en el sentido de ser frágil y tener pesares. La estructura de estas novelas se basan, generalmente, en el modelo aristotélico de la intriga: tómesese un personaje con el que se pueda identificar el lector. Hágase que le ocurran cosas tales que pase de la felicidad a la infelicidad o viceversa. Tienda el arco narrativo, de suerte que el lector sienta terror y piedad al mismo tiempo. Cuando la tensión llegue al extremo, hágase intervenir un elemento que deshaga un nudo, lo que producirá una catarsis y una solución aceptable a manera de revelación divina (Eco, 1995).

En síntesis, estos libros pueden tener una estructura narrativa, de ensayo e incluso dialógica a manera de decálogo, pero todos pertenecen a la literatura masiva. Poseen estructuras sencillas que tienden a ser prescriptivas. Esto los hace, hasta cierto punto, libros utilitarios que intentan dar consuelo aunque sea pasajero y en ocasiones trivial.

La mercadotecnia y el consumo

Ahora bien, ¿qué expresan los jóvenes sobre este tipo de literatura en un país, como México, donde se suponen bajos niveles de lectura extraescolar? Antes de responder podemos dar cuenta de algunos datos que reporta la última encuesta nacional de lectura aplicada por el Instituto Politécnico Nacional y el Consejo Nacional de Cultura y coordinada por Riquelme Alcántar (2015). El 22% de los bachilleres y el 40% de los estudiantes universitarios reportan leer por gusto como una actividad extraescolar. En la región Centro Occidente, a la que pertenece el contexto donde se desarrolló esta investigación, sólo el 22 % de encuestados reportó leer por gusto lo que la ubica por debajo de otras regiones del país. Dentro de una gama mayor de opciones, los tipos de libros que se reportan como preferentes son: religiosos con un 34.6 %, y los de autoayuda con un 12.8%. Y dentro de estas preferencias destacan como libros de autoayuda: *Juventud en éxtasis* y *Los Ojos de mi princesa* de Carlos Cuauhtémoc Sánchez, *Caballero de la Armadura oxidada* de Robert Fisher; *¿Quién se ha llevado mi queso?* de Ken Blanchard; *El Alquimista* de Paulo Coelho.

Indudablemente que hay altos tirajes y formas de mercadotecnia para captar más lectores. La Cámara de la Industria Editorial Mexicana (Caniem.) modificó su tratamiento estadístico por lo que no podemos comparar la información, pero ponemos algunos datos interesantes. En el lapso comprendido entre el año 2000 y el 2009, se publicaron alrededor de 350 títulos nuevos de libros de superación personal, con tirajes aproximados de 4,000 ejemplares. Junto con las reimpressiones, los totales de producción y venta están en promedio de tres millones de ejemplares por año. Al cambiar la forma de clasificación la Caniem, durante los años 2014 y 2015 organiza la información en temas, a saber para este estudio: estilo de vida, juveniles de divulgación, juveniles de literatura y salud y desarrollo personal. Con esta clasificación temática publicó 4,811 títulos con un total de 21, 044,504 ejemplares y vendió 20, 725,012 ejemplares (Alcalá Escamilla, 2015, 2016). Indudablemente que son números elocuentes en cuanto a la penetración en el público lector. Ahora bien, hay que considerar los libros electrónicos y los préstamos que se hacen de un mismo texto, lo cual incrementa el número de lectores.

Hay varias estrategias de mercadotecnia, lo que pone al libro como un objeto económico sujeto a las reglas del mercado. Se venden en librerías, cafeterías e incluso en papelerías. Ahora bien, hay una diferencia importante entre los dos contextos de estudio. En el área urbana hay librerías por diferentes rumbos de la ciudad, las hay muy grandes y otras de menor tamaño. Hay ventas en cafeterías y centros comerciales, plazas y quioscos; en cambio, en Ameca (zona regional de los Valles) no hay librerías ni centros comerciales grandes; sin embargo, a través de un recorrido encontramos que se exhiben y venden en papelerías universitarias, las cuales no abundan; quizá solo hay dos. Incluso, la exhibición se limita a un par de títulos.

Una estrategia muy eficaz es la promoción de estos libros a través del discurso de “best seller”, como el libro más vendido o a través de anunciar que se ha reimpresso muchas

veces y ha ganado premios de ventas porque la mayor parte de la gente ha resuelto sus vidas después de su lectura. Subyace la idea de éxito editorial y buscan el consumo.

Otra estrategia se basa en la creación de autores-marca (Peredo, 2014) en donde hay un aparato publicitario en radio, tv. y prensa. Los autores ofrecen conferencias, presentaciones, firmas de libros y tienen programas de consultoría psicológica que los convierte en ídolos como otros artistas del medio del espectáculo. Tal es el caso, por ejemplo, de Jordi Rosado (autor mexicano mencionado en este estudio). Incluso se pueden montar obras de teatro basados en libros como *Los hombres son de Marte y las mujeres son de Venus* de John Gray, para incrementar las ventas.

Desde luego a la mercadotecnia habría que añadirle las redes de socialización que funcionan como promotores de estos libros; es decir, la familia, los maestros y los amigos se encargan de recomendar, prestar o regalar estos libros.

Metodología

Este estudio es de corte cualitativo, partió del supuesto fenomenológico de entender el comportamiento lector relacionado con los libros de superación personal, desde los lectores, asumiendo que éstos son los que deciden qué leer. Realizamos entrevistas semiestructuradas a estudiantes universitarios de dos contextos: un centro universitario ubicado en Zapopan, Jalisco, México que pertenece a la zona metropolitana y un centro universitario regional que se ubica en la Región de los Valles y concentra una población estudiantil semi urbana y rural. Asimismo, en ambos contextos acudimos a una preparatoria. Todas las instituciones pertenecen a la Universidad de Guadalajara, la cual está constituida por una red de centros universitarios distribuidos en la zona metropolitana y diferentes regiones del estado. Es una universidad pública. El único criterio para ser sujeto de investigación fue haber leído este tipo de literatura y estar dispuesto a concedernos una entrevista de una hora aproximada de duración. La mayoría de los entrevistados son mujeres, debido quizá a que están más dispuestas a ser entrevistadas, a que tienen un menor tabú social de declarar que leen esta clase de literatura y probablemente son las más propensas a esta lectura. En total entrevistamos a: 39 estudiantes en zona metropolitana y 24 en la zona regional de los Valles. 31 mujeres y 8 hombres en zona metropolitana y 15 mujeres y 9 hombres en la zona regional, teniendo una muestra total de 63 estudiantes.

La unidad de análisis son los discursos formulados por los sujetos investigados en donde no dejamos de advertir que existe una concepción, a veces mítica, de lectura pero no por ello es menos auténtico lo que de ésta se dice. El locutor mantiene una relación de verdad con su discurso (Peroni, 2003:31); lo que los sujetos dicen se constituye en los datos fundamentales del proceso de investigación. Se lanzaron preguntas abiertas y se dejó en libertad al entrevistado para responder e introducir temas alrededor de las motivaciones que tienen para leer este tipo de literatura. Por temas emergentes entendemos cuando el entrevistado habla de sus problemas personales e historias de vida que gestan

el interés por la lectura. Interesaba, particularmente, responder ¿qué hace tan atractiva este tipo de lectura? Las principales variables a considerar en las entrevistas fueron: las motivaciones; es decir, por qué o para qué se lee este tipo de literatura y los temas de mayor interés, de manera que pudiéramos lograr una comprensión de los pesares que se resuelven leyendo y qué libros o autores son los mencionados. Partimos de dos grandes supuestos, que la condición de ser joven universitario tiene un peso importante en las decisiones de lectura y que podríamos encontrar diferencias por el contexto dadas las condiciones de acceso a los libros y quizá la influencia cultural y familiar que dan cierta disposición para la lectura.

Los resultados muestran que la cercanía de la región de los Valles a la zona metropolitana, permite el acceso a los libros. Sin duda este acceso es menor pero los estudiantes consiguen los libros a través de su traslado a la capital, del préstamo y de la existencia de la biblioteca universitaria. La influencia familiar es menor en los Valles ya que la escolaridad de los padres es básica, principalmente porque apenas hace 15 años hay educación superior en la región. No obstante, la asistencia a la universidad es la principal fuente de socialización, a través de los pares, quienes recomiendan, prestan y hablan sobre este tipo de literatura popular.

Las obras, los temas y los motivos

En principio es necesario mencionar que no hay diferencia en las motivaciones para leer este tipo de literatura popular, entre los estudiantes de los dos contextos. Esto nos hace pensar que las necesidades emocionales obedecen a la condición de juventud.

Los autores más mencionados fueron Paulo Coelho y Carlos Cuauhtémoc Sánchez, pero también hay otros como Rhonda Byrne y un autor muy local, Jordi Rosado, que entra dentro de la categoría de autor-marca que mencionábamos líneas antes; por cierto este autor es producto de Televisa, la empresa televisiva más importante en México.

Los temas publicitados de las obras que leyeron estos jóvenes pueden resumirse de la siguiente manera. Un gran tema es la sexualidad. Sin duda para los adolescentes y jóvenes es materia de interés porque este tema abarca las relaciones de pareja, el noviazgo y las primeras experiencias. Pero también es tema de socialización, sobre todo, los libros de Carlos Cuauhtémoc Sánchez que tienen un mensaje moralizador y religioso advirtiendo a los lectores de todos los riesgos de practicar la sexualidad.

Los motivos para leer sobre sexualidad, a decir de los entrevistados, son: despejar dudas y temores, realizar ideales en las relaciones de pareja, conocer tips para la conquista y protegerse en las relaciones *free*. Pero también hay un sector de motivaciones muy apegadas al tabú de la sexualidad fuera del matrimonio; por ejemplo cuando un chico dice: “[estos libros] te ayudan a tener control sobre ti mismo y a reflexionar antes de tener sexo, te hablan de las tentaciones que puedes tener, te da consejos para controlarte”; en oposición hay chicos que responden a este señalamiento con una crítica a Carlos Cuauhtémoc

Sánchez y dicen: “Sus libros son textos machistas y moralistas. El autor te asusta para que no tengas sexo. Te dice que para ser feliz no debes tener sexo en el noviazgo porque podrías tener recuerdos y perturbarías tu matrimonio.” En cambio de Paulo Coelho afirman que “da pautas para llevar la sexualidad como un desahogo”.

Otro gran tema son los problemas en las relaciones, principalmente de pareja, pero también con los padres a través de la idea de perdón en relaciones fraternas. Hay guías para la superación de una decepción amorosa, la vida conyugal, qué hacer frente a una infidelidad. En sí, este tema trata de resolver los conflictos inherentes a las relaciones amorosas. Generalmente se sostienen en una concepción del amor romántico y del enamoramiento y la conquista. Las motivaciones, desde luego, giran alrededor de los intereses propios de la juventud en sus primeras experiencias amorosas. La utilidad de estos libros subyace a los motivos. Generalmente los lectores respondieron con verbos alrededor de la ayuda; es decir, ayudan a superar rupturas, a afrontar problemas, a comprender a la pareja, a tener confianza en uno mismo cuando te sientes enamorado, a salvar la relación de pareja. Cuando se refieren a Coelho afirman que puedes asociar las experiencias de los personajes y aplicarlos en tu vida. En cambio, cuando se refieren a Carlos Cuauhtémoc Sánchez afirman que ayuda a conservar el matrimonio y la fidelidad. Quizá esto se debe a que los consejos en el segundo autor, son más explícitos y rígidos. La prescripción está muy apegada a la religión católica.

Un tercer gran tema es la búsqueda de la paz interior y la felicidad como realización de los sueños. También están plagados del concepto de ayuda existencial para superar todo tipo de problemas, sobre todo, estados de ánimo como la tristeza o la depresión que causa cualquier pérdida, para lo cual está la idea de desapego. Éste solucionará el dolor que se siente. Hay siempre una idea de superación a través del impulso que uno debe generarse para salir adelante de cualquier conflicto. La idea más recurrente es que la felicidad está en uno mismo, en amarse y construir una vida plena. Nociones que por cierto, se tratan a manera de ensayos con prescripciones o a través de narrativas de vidas casi ejemplares de personajes que han librado muchas batallas y han logrado “salir adelante ante la adversidad”. Autores como Anthony Mello hablan de la libertad como el fin último del ser humano a diferencia de Carlos Cuauhtémoc Sánchez que, a decir de los lectores, abre alternativas para no sentir la soledad y Coelho que aconseja cómo seguir adelante sin perder el sentido de la vida. Concretamente Rhonda Byrne en *El secreto*, dice cómo buscar y lograr la felicidad.

En estos testimonios de los lectores subyacen algunas representaciones como la utilidad de esta literatura pero también expresan una idea de qué es la felicidad para ellos, más allá del concepto filosófico, Hay quien afirma que ésta se define como: “hacer lo que quieres”, así de categórico y simple hasta quien afirma que hombres y mujeres tienen distintas ideas de felicidad. Un aspecto a destacar, quizá el único que marcó una diferencia entre contextos, es que los lectores de la región de los Valles piensan que la idea de felicidad depende de la condición socioeconómica y que hay un mayor esfuerzo para conseguir un libro entre la gente pobre, por eso lo aprovechan más. “Con dinero sustituyen

carencias afectivas”, dice un entrevistado. Otras ideas de felicidad suponen una reflexión más elaborada que incluye la necesidad del conocimiento. El siguiente testimonio es elocuente: “...la felicidad es un balance en tu vida entre paz emocional, economía, salud, entonces felicidad es saber, entre más sabes menos sufres y por lo tanto vives mejor...al refugiarte en estos libros comprendo por qué me pasaron las cosas...los libros te hablan de cosas que ayudan a comprenderte...” Finalmente hay quien afirma que estos libros ayudan a ver nuevos horizontes y basar ahí la felicidad.

Reflexiones finales

Los textos son una forma de aproximarnos al universo de significados que construye el lector. Cuando un determinado tipo de literatura se consume y comparte se crean comunidades lectoras, que como hemos comprobado en este estudio, desdibujan la importancia del contexto para dar primacía al contenido de estos materiales. No importa que se tenga acceso a más librerías y se esté más o menos expuesto a las reglas de la mercadotecnia, el joven se convierte en lector a causa de pesares sobre todo emotivos que le hacen acercarse a la ayuda o consejo que supone encontrar en la lectura. Efectivamente estos libros están hechos para un mercado de alto consumo, explotan el optimismo y ponen en alto el ego por encima de todo basados en una psicología positiva que se centra en fortalezas y virtudes que toda persona posee (García Montaña, 2007).

Hemos presentado tres grandes discusiones de las cuales parece tener un peso importante la perspectiva psicológica en el sentido de los sentimientos expresados por los entrevistados. Las ideas que prevalecen son las de salir de los conflictos, superar cualquier estado de ánimo desagradable y en sí, seguir una ruta de vida que parece ideal y que no se aparta de las costumbres tradicionales y religiosas, con lo cual se reproducen modelos culturales compartidos por pares que generan un sentido identitario y de pertenencia que los convierte en “pasadores” de estos libros. Recomiendan, prestan o regalan estos libros y sobre todo hablan de ellos, comparten significados y redes abiertas que organizan modos de lectura dando entrada a una dimensión sociocultural que enmarca formas de distribución y apropiación de esta literatura. El libro, una fuente de socialización secundaria, abre discursos polifónicos bajo la premisa de que todos lidiamos con problemas y la lectura es el acicate que promete la serenidad y la felicidad. No se trata de pensar que los lectores de libros de autoayuda son infelices permanentes ni que por buscar consejo dejan de disfrutar de la lectura. Todos tenemos la libertad de elegir como sentirnos bien y estos jóvenes han elegido la lectura.

Referencias bibliográficas

- Alcalá, C. (Coord.) (2015). *Actividad Editorial, Libros 2014*. Coordinación de Información Estadística. México: CANIEM.
- Alcalá, C. (Coord.) (2016). *Actividad Editorial, Libros 2015*. Coordinación de Información Estadística. México: CANIEM.
- Ávalos, E. D. (s/f). Las fisuras de las críticas contra las obras de Paulo Coelho: evaluación de los antecedentes. *Universidad Andina Simón Bolívar*. Obtenido el 6 de agosto de 2017 desde http://www.academia.edu/16521744/LAS_FISURAS_DE_LAS_CR%C3%8DTICAS_CONTRA_LAS_OBRAS_DE_PAULO_COELHO_EVALUACI%C3%93N_DE_LOS_ANTECEDENTES
- Bajtin, M. (1986). *Problemas de la poética de Dostoievski*, México, Fondo de Cultura Económica
- Barton, D. (1994/2007). *Literacy. An introduction to the ecology of written language*. Oxford, Blackwell.
- Béjar, H. (2011). Códigos de conducta, argumentos y valores en la literatura de consejos. *Papeles del CIEC*, 1 (67), 1-35. Obtenido el 5 de agosto de 2017 desde <http://www.identidad-colectiva.es/pdf/67.pdf>
- Belén Canaire, V. (2016). Cuerpo del libro y cuerpo del lector: análisis de la apropiación lectora de literatura de autoayuda. *Perspectivas de la Comunicación*. 9, 181-201. Obtenido el 02 de agosto de 2017 desde <http://publicacionescienciassociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/528/569>
- Bergsma, A. (2008). Do self-help books help? *Journal of Happiness Studies*. 9, 341-360. Obtenido el 27 de julio de 2017 desde <https://link.springer.com/article/10.1007/s10902-006-9041-2>
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción*, Madrid, Taurus, 1988.
- Certau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana-ITESO
- Conaculta (2015). *Encuesta Nacional de Lectura 2015-2018*
- De la Peza, C. (2001). *El bolero y la educación sentimental en México*. México, Porrúa
- Eco, U. (1995). *El superhombre de masas*, Barcelona, Lumen, Novaro

- Foucault, M. (1986). *Historia de la sexualidad 2. El uso de los placeres*. México, Siglo XXI
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona, Paidós
- García, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo
- Giddens, A. (1997). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona, Ediciones Península
- Golubov, N. (2015). La literatura de autoayuda como tecnología del yo. *Revista de Filosofía*. 138, 203-215. Obtenido el 30 de julio de 2017 desde <http://revistas.iberomx.com/filosofia/uploads/volumenes/9/pdf/Revista-filosofia-138-web.pdf>
- Grillo, M; Papalini, V; y Benítez, S. (coords.) (2016). *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: CLACSO. Obtenido el 30 de julio de 2017 desde <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20170113054140/EstudiosCulturales.pdf>
- Lombana, I. M. (2009). Supuestos sociológicos y comunicativos que explican la decadencia de los valores debido al surgimiento del concepto de autoayuda. *Signo y Pensamiento*, 55(28), 247-263. Obtenido el 28 de julio de 2017 desde <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4526/3486>
- Manjón, J. (2014). La autoayuda y el consejo como procedimientos psicoterapéuticos. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría.*, 34 (122), 283-300. Obtenido el 25 de julio de 2017 desde http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-57352014000200004
- Montaña, J. (2007). *Abandona tu yo: las falacias de la superación personal*. México: ABX Academia Budista Kalamas
- Mur Effing, M. (2009). The Origin and Development of Self-help Literature in the United States: The Concept of Success and Happiness, an Overview. *Journal of the Spanish Association of Anglo-American Studies*, 31.2, 125-141. Obtenido el 6 de agosto de 2017 desde <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=ee651ea3-354c-4299-9336-06fb6966c40b%40sessionmgr4006>
- Papalini, V. (2006). La literatura de autoayuda, una subjetividad del Si-Mismo enajenado. La trama de la comunicación. *Anuario del Departamento de Ciencias de la comunicación*. 11, 331-342. Obtenido el 01 de agosto de 2017 desde <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/411>
- Peredo, M. A. (2012). La cultura de la autoayuda impresa. *Intersticios Sociales*. 1(4), 1-30

- Peredo, M. A. (2014). El libro, mi confidente. En M. A. Peredo y Z. Rodríguez. (Dir.) Entre historietas y libros. *Literatura popular para la educación sentimental y el bienestar emocional* (p.p 85-140). México: El Colegio de Jalisco, Paidós
- Peroni, M. (2003). *Historias de lectura. Trayectorias de vida y de lectura*. México, Fondo de Cultura Económica
- Petit, M. (2001). *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*. México: Fondo de cultura económica
- Riquelme, G. M. (coord...) (2015). *Encuesta Nacional de Lectura y Escritura 2015-2018*. Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional & CONACULTA. Obtenido el 28 de julio de 2017 desde https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf
- Rosenblath, L. M. (1994). Writing and Reading, the transactional theory. En R. Ruddell, M. Ruddell y H. Singer (comps.) *Theoretical models and processes of Reading*, (pp. 1057-1092). Newark: International Reading Association
- Russell, B. (2006). *La conquista de la felicidad*. México, De bolsillo
- Rutllant, A. (2013). *Los cuidados del sí. Ensayo sobre la construcción del sujeto en los libros de autoayuda*. (Tesis de pregrado Maestría en Sociología). Universidad Alberto Hurtado, Chile. Obtenido el 6 de agosto de 2017 desde <http://repositorio.uahurtado.cl/bitstream/handle/11242/7260/MSOCRutllantD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Semán, P y Rizo, V. (2013). Tramando religión y best sellers La literatura masiva y la transformación de las prácticas religiosas. *Alteridades*. 23 (45), 79-92. Obtenido el 30 de julio de 2017 desde <http://www.scielo.org.mx/pdf/alte/v23n45/v23n45a7.pdf>
- Varela, L. (2014). La literatura de autoayuda como expresión cultural de las sociedades disciplinadas. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*. 5, 132-147. Obtenido el 30 de julio de 2017 desde <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2014/11/RSOC005-08-La-literatura-de-autoayuda-VARELA1.pdf>

Apéndice I

Datos personales

Género: m_____ f_____

Edad: _____

Grado que estudias: _____ licenciatura _____

¿Has leído libros de autoayuda o superación personal? Si ___ no ___

¿Qué autores o libros de este tipo de literatura has leído últimamente?

De los libros de autoayuda o superación personal, ¿qué temas te han interesado más?

¿Qué motivos tienes para leer este tipo de libros?

¿Para qué sirve leer un libro de superación personal? ¿Con qué se queda un lector después de haberlo leído?

¿Alguien te recomendó leer alguno de estos libros?

¿Cómo consigues estos libros, los compras, los consultas, los pides prestados, cómo le haces para tenerlos?

De la lista de los siguientes autores, señala los que has leído y dime si recuerdas algunos de sus libros.

Stephen Covey	
Jordi Rosado	
Paulo Coelho	
Robert Fisher	
Anand Dilvar	
Amalia Andrade	
Petr Bernard Kyne	
Rhonda Byrne	
Carlos Cuauhtémoc Sánchez	
Joseph Murphy	
Silvia Olmedo	
Dale Carnegie	
Osho	
Regina Brett	
Robin S. Sharma	
Fabiola Cuevas	
John Gray	
Jesús Amaya Guerra	
Elizabeth Gilbert	
Marcia Grad	
Anthony Mello	
Karen Dolby	
Rinpoché Yogey M.	
Danielle Stell	

Gracias por el tiempo que dedicaste para responder.