

O LEITOR BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO E A AUTO-AJUDA

Arnaldo Cortina*

Resumo: Este trabalho propõe um enfoque semiótico para o exame das escolhas de leitura do leitor brasileiro contemporâneo. Inicialmente apresenta como foi constituído o *corpus* da pesquisa, que consistiu no levantamento das listas dos livros mais vendidos no Brasil durante o período de 1966 a 2004. Na segunda parte, propõe uma interpretação dos dados do quadro geral das preferências do leitor brasileiro, focalizando apenas as obras que são classicamente consideradas como literatura de auto-ajuda.

Palavras-chave: Auto-ajuda; enunciatário; leitor.

AS LISTAS DOS LIVROS MAIS VENDIDOS NO BRASIL ENTRE 1966 E 2004

Para poder traçar um perfil do leitor brasileiro contemporâneo era necessário levantar um *corpus*. Obviamente, não há dados de registro do que se lê nem das opções de leitura de grupos ou tipos de leitores. Sair a campo com um gravador debaixo do braço perguntando para as pessoas o que elas lêem também não seria uma tarefa muito produtiva. Vários poderiam ser os entraves para esse tipo de levantamento. Em vista disso, constatei que a única forma de obter dados sobre as preferências dos leitores contemporâneos seria trabalhar com as listas dos livros mais vendidos que são publicadas em diferentes jornais e revistas brasileiros. Como pretendia então fazer o

* Doutor em Linguística e professor livre-docente do Departamento de Linguística da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", campus de Araraquara. E-mail: cortina@fclar.unesp.br.

registro desses dados a partir da década de 1960, iniciei uma busca em algumas bibliotecas.

Durante pesquisa na Biblioteca Mário de Andrade de São Paulo, tive acesso a um jornal que se chamava LEIA LIVROS. Fundado em abril de 1978, esse periódico tinha como objetivo examinar a questão do livro no Brasil e, conseqüentemente, o que o leitor brasileiro lia. Constituído como um jornal marcadamente de editores, o LEIA LIVROS não só refletia as preferências de leitura do leitor brasileiro, como também exercia influência sobre seus leitores.

Ao longo de seus números, desde o nº 0, publicado em abril de 1978, até o nº 117, de julho de 1988, sempre mensais, o jornal divulgava as listas dos mais vendidos com uma subdivisão. Na Parte I apresentava os dez livros mais vendidos da categoria “ficção”, e, na Parte II, os dez mais vendidos da categoria “não-ficção”. No nº 118 do LEIA LIVROS, de agosto de 1988, porém, desapareceu essa subdivisão. Em vez de apresentar os dez livros mais vendidos das categorias “ficção” e “não-ficção”, o jornal optou por apresentar uma lista única, sem nenhuma distinção tipológica, com os nomes dos vinte livros mais vendidos durante o mês. As explicações apresentadas pelo jornal para a mudança do critério assentavam-se na discussão sobre a dificuldade de se estabelecer uma fronteira entre o que se deveria classificar como livro de ficção e o que se deveria chamar de não-ficção. A partir do nº 124, o LEIA LIVROS assumiu o formato de revista e não mais de jornal tablóide. Uma última alteração ocorreu no nº 133, da então revista *Leia*, de novembro de 1989. Nesse formato ela chegou a seu último e derradeiro número, o 155, em setembro de 1991.

Como, porém, tinha o propósito de abarcar um período de tempo mais extenso que o das publicações de LEIA, foi necessário procurar outro veículo impresso que apresentasse listas de livros mais vendidos no Brasil antes do período inicial de LEIA e depois de seu desaparecimento. Durante minha primeira consulta ao acervo da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro para completar os registros de LEIA, obtive a informação de que o *Jornal do Brasil* veiculava uma lista de livros mais vendidos no Brasil num caderno publicado aos sábados, que se intitulava “Idéias”. Em consulta ao banco de dados da biblioteca constatei que esse jornal, embora tivesse sido fundado em 1890, começara a publicar uma coluna dos livros mais vendidos no Brasil no ano de 1966. A proposta inicial era recuperar as listas dos livros mais vendidos entre 1960 e 2000, mas como foi impossível obter esse dado anteriormente a 1966 e como o *Jornal do Brasil* podia fornecer-me os dados até 2004, estabeleci então que a pesquisa levaria em consideração o período de tempo compreendido entre 1966 e 2004.

Tal como o *Leia*, portanto, o espírito do suplemento do *Jornal do Brasil* era divulgar os lançamentos do mercado editorial, o que era de grande interesse para as editoras, e, além disso, influenciar o leitor na decisão de seleção de suas leituras. As listas dos mais vendidos refletem sempre esse propósito.

O *Jornal do Brasil* começou a publicar as listas dos livros mais vendidos na página 16 do segundo número do “Suplemento do Livro”, caderno especial sobre livros publicado mensalmente por esse jornal. Esse suplemento existiu de agosto de 1966 a dezembro de 1969, quando foi editado seu 41º número. A partir do dia 30 de janeiro de 1971, o *Jornal do Brasil* voltou a publicar um suplemento dedicado ao livro. Seu nome passou a ser “Livro. Suplemento do Jornal do Brasil” e sua numeração voltou para o primeiro algarismo, de tal forma que o suplemento daquele sábado correspondeu ao ano 1, número 1. Mantendo ain-

da a coluna dos livros nacionais mais vendidos e a dos livros estrangeiros, o suplemento veiculava mensalmente então dez nomes para cada categoria. No suplemento de número 5 do *Jornal do Brasil*, de 29 de maio de 1971, ocorreu outra alteração na forma de registro dos livros mais vendidos. Além de serem divididos em duas colunas, a dos nacionais e a dos estrangeiros, cada uma delas passou a ser subdividida em “ficção” e “não-ficção”.

Em 28 de outubro de 1972, ano 2, nº 2, o suplemento do *Jornal do Brasil* mudou novamente sua forma de apresentação. Em vez de ser chamado “Livro. Suplemento do Jornal do Brasil”, passou a se intitular “Livro. Guia mensal de idéias e publicações”. A partir do ano 3, nº 3, de 14 de julho de 1973, o suplemento teve seu título alterado mais uma vez, porque começou a ser editado duas vezes por mês, razão pela qual passou a ser chamado “Leia. Guia quinzenal de idéias e publicações”. Esse suplemento do *Jornal do Brasil* circulou, nesse último formato, até o ano 4, nº 94, de 21 de fevereiro de 1976, quando sua edição foi interrompida. A volta à publicação de listas dos mais vendidos somente aconteceu em 7 de abril de 1984, quando o jornal passou a lançar quinzenalmente o Caderno B. Nesse caderno havia uma seção chamada Livro, dedicada a apresentações, divulgações, resenhas e comentários sobre livros e escritores. Nessa seção apareciam então as listas dos mais vendidos que dispunham, em ordem de classificação, cinco livros de ficção e cinco de não-ficção, sem a distinção mantida até então entre livros nacionais e estrangeiros.

O “Caderno B” do *Jornal do Brasil* foi publicado com esse título até a edição de 14 de setembro de 1985. Na edição seguinte, de 4 de outubro de 1986, passou a se chamar “Idéias”, título que recebe até hoje, em que consta uma seção destinada aos livros. Além de continuar apresentando resenhas e críticas dos livros lançados no mercado editorial, esse novo caderno do *Jornal do Brasil* dedicava uma de suas folhas para a apresentação dos livros mais vendidos juntamente com uma coluna intitulada “O que eles lêem/O que eles recomendam”. Nessa coluna apareciam fotos de personalidades da mídia ou de diferentes atividades profissionais que diziam o que estavam lendo e que leitura recomendavam para o público brasileiro. Esse formato de apresentação dos livros mais vendidos, que deixou de ser quinzenal e passou a ser semanal desde a criação do “Idéias”, só seria modificado na edição de 4 de abril de 1992, quando desapareceu a coluna “O que eles lêem/O que eles recomendam”.

Para efeito de registro dos livros mais vendidos para esta pesquisa, como todo o levantamento inicial com o jornal *Leia* e como os primeiros suplementos do *Jornal do Brasil* eram sempre mensais, continuei a registrar apenas uma lista para cada mês. Para tanto, estabeleci como norma considerar sempre a primeira lista do mês, que correspondia à edição do “Caderno B” e, posteriormente, do “Idéias”, que saía no primeiro sábado de cada mês. Seria completamente inviável fazer uma planilha de registro dos livros mais lidos nas quatro semanas (às vezes, cinco), para calcular os mais vendidos do mês, desde abril de 1992 até dezembro de 2004. Como as alterações entre as listas semanais não eram muito grandes, a escolha aleatória de uma semana para representar o mês foi uma decisão própria dos levantamentos de dados estatísticos.

O programa Excel foi utilizado para o registro dos diferentes livros classificatoriamente organizados em cada lista mensal e, com as ferramentas desse mesmo programa inserido no Microsoft Office do Windows, cheguei a diferentes gráficos. No anexo aparece o Gráfico 1, que registra apenas os livros de auto-

ajuda mais vendidos no Brasil no período de 1966 a 2004, que será examinado aqui neste trabalho. A lista geral de todos os livros mais vendidos nesse período continha 58 títulos, subdivididos em diferentes categorias. Dessas obras, 23 correspondiam aos livros de auto-ajuda, o que significa por volta de 40% do total geral.

Como possuía registro de livros mais vendidos em dois diferentes veículos impressos, o jornal *Leia* e o *Jornal do Brasil*, optei por uma forma de agrupamento desses dois veículos. Para tanto, mantive integralmente o registro do jornal *Leia* (de maio de 1978 a outubro de 1991) e acrescentei a ele o levantamento do período anterior e o do posterior (não coincidente com o do jornal *Leia*) do *Jornal do Brasil* (de setembro de 1966 a fevereiro de 1976 e de novembro de 1991 a dezembro de 2004).

A LITERATURA DE AUTO-AJUDA NAS LISTAS DOS MAIS VENDIDOS

O levantamento realizado com as listas dos livros mais vendidos (conforme Tabela 1) mostrou que o maior índice de consumo dos leitores brasileiros no período de 38 anos desta pesquisa localiza-se na categoria de livros que pode ser classificada como de “auto-ajuda”. Basicamente, esse tipo de livros consiste num enunciado que visa à transmissão de um saber. De um lado, há um sujeito autor, o enunciador, que detém um saber; de outro, um sujeito leitor, o enunciatário, que está em estado de falta, isto é, precisa adquirir um saber para transformar seu estado. Tomando por base, portanto, os constituintes do nível narrativo do percurso gerativo de sentido da proposta da semiótica da escola de Paris, posso observar que os textos do gênero de auto-ajuda apresentam diferentes características que poderiam dar origem a subcategorias, ou melhor, subgêneros. Este trabalho focalizará apenas os elementos do nível narrativo, em razão do limite de espaço a ele destinado, mas isso não significa que não se possa pensar no exame da tipologia do gênero de auto-ajuda a partir dos elementos constituintes do nível discursivo e do fundamental. Essa será, porém, uma tarefa para um outro momento.

Em verdade, iniciei este item do texto apresentando um enunciador/autor e em enunciatário/leitor, que são categorias discursivas, mas estou tomando-os como sujeitos em relação a um objeto, tal como propõe a semiótica da escola de Paris para a descrição do nível narrativo do percurso gerativo de sentido. Além disso, para examinar as diferenças tipológicas dos textos de auto-ajuda, apoiar-me-ei na proposta tipológica de Fiorin (1990).

Segundo Fiorin (1990), partindo-se do exame do nível narrativo, é possível pensar uma tipologia de discurso segundo os elementos da sintaxe narrativa e da semântica narrativa. A tipologia estabelecida segundo o componente sintático da narrativa compreende três perspectivas.

A primeira delas leva em conta a ênfase dada a determinada etapa do esquema narrativo canônico, quais sejam, a manipulação, a competência, a *performance* ou a sanção. Segundo o autor, um discurso que privilegia a fase da competência é, por exemplo, o tecnológico, uma vez que pretende transmitir ao enunciatário um saber para que, por meio dele, possa entrar em conjunção com um determinado objeto (instruções para uso de aparelhos eletrônicos, receitas de cozinha, plantas de engenheiro etc.). Um discurso que privilegia a *per-*

Tabela 1 – Livros de auto-ajuda mais vendidos no Brasil de 1966 a 2004 (23 de 58 = 40%)

Título do livro	Nome do autor	Década
1. Autoconhecimento (7)		
<i>O sucesso não ocorre por acaso</i>	Lair Ribeiro	1990
<i>Inteligência emocional</i>	Daniel Goleman	1990
<i>Comunicação global</i>	Lair Ribeiro	1990
<i>Você pode curar sua vida</i>	Louise Hay	1990
<i>A arte da felicidade</i>	Dalai Lama/Howard Cutler	2000
<i>Perdas e ganhos</i>	Lya Luft	2000
<i>Um dia daqueles</i>	Bradley Greive	2000
2. Misticismo e esoterismo (5)		
<i>O profeta</i>	Khalil Gibran	1970
<i>O alquimista</i>	Paulo Coelho	1990
<i>Brida</i>	Paulo Coelho	1990
<i>A profecia celestina</i>	James Redfield	1990
<i>As Valquírias</i>	Paulo Coelho	1990
3. Individualidade e sexualidade (4)		
<i>O homem sensual</i>	M.	1970
<i>A insustentável leveza do ser</i>	Milan Kundera	1980
<i>203 maneiras de enlouquecer um homem na cama</i>	Olívia St. Claire	1990
<i>Onze minutos</i>	Paulo Coelho	2000
4. Mundo dos negócios (3)		
<i>Iacocca. Uma autobiografia</i>	Lee Iacocca /William Novak	1970
<i>Virando a própria mesa</i>	Ricardo Semler	1980/90
<i>Pai rico, pai pobre</i>	Robert Kiyosaki/ Sharon L. Lechter	2000
5. Estética corporal (2)		
<i>Pare de engordar</i>	Nelson Senise	1970
<i>Só é gordo quem quer</i>	João Uchôa Jr.	1980
6. Crenças (1)		
<i>Minutos de sabedoria</i>	Carlos Torres Pastorino	1990
7. Individualidade e feminilidade (1)		
<i>Complexo de Cinderela</i>	Colette Dowling	1980

Fontes: *Leia* (maio 1978 a out. 1991) e *Jornal do Brasil* (set. 1966 a fev. 1976 e abril 1984 a dez. 2004).

formance, isto é, a própria ação, pode ser exemplificado pelos jornais sensacionalistas; já os que privilegiam a sanção, podem ser identificados nos romances policiais, uma vez que se constroem como narrativas em que um sujeito principal, o detetive, deve investigar um crime para identificar o criminoso e, por fim, puni-lo pelo ato cometido.

A segunda perspectiva leva em consideração o tipo de sanção que é aplicada a determinada *performance*. A partir dessa perspectiva, podem-se identificar os discursos conservadores, que reafirmam a tradição, e os discursos revolucionários, para os quais os valores devem ser transgredidos.

A terceira e última perspectiva constitui-se a partir da correlação entre a conjunção e a disjunção. Segundo ela, dois tipos de discursos são possíveis: o de aquisição, em que se parte de um estado inicial disjuntivo para se atingir um estado final conjuntivo, e o de privação, que, diferentemente do anterior, parte de uma conjunção para chegar a uma disjunção.

Já a tipologia concebida segundo o componente semântico da narrativa estabelece duas possibilidades. A primeira compreende os discursos em que o sujeito busca a conjunção com objetos-valor descritivos, os quais podem ser tesaurizáveis ou consumíveis, como é o caso de narrativas como a galinha dos ovos de ouro dos contos infantis ou os que buscam a obtenção de prazeres ou estados de alma. A segunda remete aos tipos de paixões que levam um sujeito a realizar o fazer.

No caso dos livros de auto-ajuda que aparecem nas listas dos mais vendidos durante o período a que se refere esta pesquisa, numa primeira etapa para o estabelecimento de uma tipologia, o que se pode identificar é que eles se constroem como textos que pretendem veicular um saber a seus interlocutários. Para tanto, ora assumem o formato de um texto programador, focalizando, portanto, a etapa da competência, ora como narrativas modelares, quando o saber que o leitor precisa adquirir deve ser conseguido por meio de uma história que encena esse saber.

Os insatisfeitos consigo próprios podem aprender como superar suas dificuldades e adquirir a competência necessária para enfrentar “objetivamente” seus problemas. Assim, a vertente do “autoconhecimento” corresponde, durante o período estudado, ao maior número de livros de auto-ajuda consumidos pelo leitor brasileiro, sete de um total de 23: *O sucesso não ocorre por acaso; Inteligência emocional; Comunicação global; Você pode curar sua vida; A arte da felicidade; Perdas e ganhos; Um dia daqueles*. Trata-se, portanto, de discursos que visam à transferência de um saber para o sujeito-leitor; um discurso que fala individualmente para sujeitos individuais.

Com o objetivo de auxiliar seus leitores no enfrentamento das situações de vida de cada um, a vertente do “autoconhecimento” da categoria de auto-ajuda é o tipo de texto programador. Todos eles oferecerão técnicas ou “formas de pensamento” que assumem um papel terapêutico. Embora atinjam um vasto público de leitores, esses livros constroem seu discurso numa forma de diálogo íntimo entre o sujeito autor e seu leitor (cada um deles particularmente). Em nenhum momento as razões da infelicidade dos leitores são atribuídas a fatores de ordem sociopolítica, por exemplo. Todos eles enfatizam que cada um é “responsável por si mesmo” e que a resposta para a mudança de estado (a conjunção com a felicidade) depende da capacidade que cada leitor terá de absorver e aplicar os ensinamentos que os livros lhe apresentam. Trata-se, portanto, da expressão

mais clara da leitura como produto de consumo e como reflexo do narcisismo social reinante, cujo valor mais característico é o utilitário, isto é, lê-se o livro para se atingir um bem-estar.

As narrativas místicas e esotéricas ganham adesão do público leitor exatamente em razão da crise por que passam as camadas médias e altas das sociedades contemporâneas. Enquanto as camadas sociais menos privilegiadas lotam os templos evangélicos que prometem a salvação por meio da palavra de um salvador e a expulsão dos demônios dos corpos possuídos, o esoterismo e o misticismo oferecem uma alternativa *light* para aqueles que não freqüentam os templos evangélicos. Bruxos, anjos, força magnética dos astros, energia da pedra, força das águas, espíritos da mata e uma série de outras “entidades místicas” povoam o imaginário daqueles que não mais se adaptam aos preceitos das Igrejas tradicionais, no mundo ocidental. Essas religiões valorizam o grupo familiar, característico do que, por exemplo, Tofler (1993) considera como núcleo central das sociedades da primeira e da segunda onda, mas a sociedade contemporânea, pós-industrial, não está voltada para os grupos familiares, e sim para os indivíduos. É exatamente nesse contexto que *O profeta*, *O alquimista*, *Brida*, *A profecia celestina*, *As Valquírias* constituem o conjunto de livros mais consumidos pelo público leitor brasileiro do ano de 1966 até o ano de 2004.

Diferentemente dos que classifiquei como “autoconhecimento”, os livros “esotéricos e místicos” não oferecem técnicas ou exercícios para vencer dificuldades particulares, oferecem a seus leitores uma nova forma de crença que, para muitos, funciona como um “protesto” aos padrões convencionais, tal como propunham os *hippies* dos anos 1960. E o imaginário místico e esotérico, nas camadas mais privilegiadas da sociedade, atinge os padrões de consumo, como os modismos na vestimenta e no próprio corpo. As roupas indianas para as mulheres, as roupas desleixadas para os homens, as pulseiras e colares tanto para mulheres como para homens, os brincos, os *piercings*, os cabelos multiformes e multicoloridos, a onda das tatuagens pelas mãos, pernas, braços, peito, costas, pescoço são reflexos dessas novas crenças. O homem contemporâneo está em desapego com as velhas religiões, mas crê numa energia, numa entidade, numa força, numa luz, nos astros... Assim, esse tipo de texto de auto-ajuda caracteriza-se por veicular uma crença cujo papel consiste em substituir aquilo que foi perdido. Ele propõe uma alteração dos padrões de comportamento, revestindo-se então de um parecer revolucionário, na medida em que rediscute as forma de representação do bem e do mal, embora os valores que veicula sejam sempre mantenedores do *status quo*.

Mas o homem contemporâneo mergulha mais ainda em si mesmo. Além de buscar o autoconhecimento e de procurar explicações diferentes para o desconhecido, preocupa-se também com sua sexualidade. Esse é o tema de quatro livros da relação dos mais vendidos no Brasil entre as décadas de 1960 e 2000: *O homem sensual*, *A insustentável leveza do ser*, *203 maneiras de enlouquecer um homem na cama* e *Onze minutos*.

De formas diferentes a questão sexual é tratada por esses livros. Enquanto *O homem sensual* e *203 maneiras de enlouquecer um homem na cama* funcionam como textos programadores, isto é, aqueles que, como os de autoconhecimento, oferecem técnicas para se atingir determinado objetivo, *A insustentável leveza do ser* (de Milan Kundera) considera o sexo como uma forma de extravasar a insatisfação do indivíduo que se vê aprisionado por um sistema político

totalitário e *Onze minutos* propõe a redenção pelo sexo. Nesse sentido, portanto, esses dois últimos livros aproximam-se das narrativas que levam o saber pelo exemplo, pela ilustração. Quanto ao livro de Kundera, percebe-se também uma referência ao sexo como forma de libertação do indivíduo, numa interface entre sexualidade e envolvimento amoroso. Três décadas depois, Paulo Coelho dará nova roupagem a esse entrelaçamento da sexualidade com o enlevo amoroso, ao discutir a prostituição em oposição ao sexo afetivo em *Onze minutos*.

Outro interesse do homem contemporâneo é a questão financeira, isto é, a forma de administrar seu trabalho, seus bens e suas finanças. Assim, três livros ganham destaque entre os mais consumidos pelo público brasileiro: *Iacocca*, *Virando a própria mesa* e *Pai rico, pai pobre*. Cada um deles irá tratar de forma diferente as questões financeiras, sempre mostrando saídas para aqueles que procuram respostas para seus problemas. Os dois primeiros são narrativas modelares com os quais o leitor entra em contato para se tornar capaz de enfrentar situações difíceis e, mesmo assim, vencer na vida; o terceiro dilui o modelo dos manuais práticos numa narrativa em primeira pessoa para veicular o saber econômico por meio de lições a serem aprendidas e tarefas a serem executadas.

Quatro outros livros entre os mais vendidos no período em questão representam também preocupações próprias do homem contemporâneo. Assim, *Pare de engordar* e *Só é gordo quem quer* tocam em questões centrais para a estética do corpo, oferecendo receitas para seus leitores adequarem suas medidas aos padrões de beleza e de saúde esperados dos homens dos séculos XX e XXI, o que os constitui também como exemplo de textos programadores. *Minutos de sabedoria* retoma a questão da crença num Deus que reconforta e que torna o homem mais feliz, enquanto *Complexo de Cinderela* pretende fazer que a mulher mude seus padrões de comportamento. Os dois primeiros reafirmam a importância da preservação do corpo físico para a manutenção da qualidade de vida. O terceiro consiste na reedição moderna dos livrinhos das horas, tão comuns na Idade Média, pois é composto de orações curtas que os leitores devem ler quando se sentem, por algum motivo, desalentados e desesperançados. Novamente o destinatário do discurso é colocado diante da crença como forma de redimir seu sentimento de falta. O quarto repete o esquema das narrativas modelares que contam como o sujeito leitor deve aprender sobre si quando entra em contato com a maneira de ser de outra pessoa.

Embora não tenha podido desenvolver aqui uma caracterização mais completa e precisa dos textos que classifiquei como da modalidade de auto-ajuda, o que pretendi mostrar foi como esse tipo de discurso pode manifestar-se em diferentes formas de texto para atingir os mais variados gostos dos leitores-consumidores dos livros lançados no mercado editorial brasileiro na época atual.

REFERÊNCIAS

CORTINA, Arnaldo. Semiótica e leitura: os leitores de Harry Potter. In: CORTINA, Arnaldo; MARCHEZAN, Renata Coelho (Org.). *Razões e sensibilidades*. A semiótica em foco. São Paulo: Laboratório Editorial; Cultura Acadêmica, 2004, p. 153-189. (Série Trilhas Lingüísticas, v. 6).

- CORTINA, Arnaldo; MARCHEZAN, Renata Coelho. Teoria semiótica. A questão do sentido. In: MUSSALIN, Fernanda; BENTES, Anna Christina. *Introdução à lingüística*. Fundamentos epistemológicos. São Paulo: Cortez, 2004. v. 3, p. 393-438.
- FIORIN, José Luiz. Sobre a tipologia dos discursos. *Significação. Revista Brasileira de Semiótica*. São Paulo, n. 8-9, p. 91-98, out. 1990.
- GREIMAS, Algirdas Julien. *Sobre o sentido*. Ensaios semióticos. Trad. Ana Cristina C. Cezar et al. Petrópolis: Vozes, 1975.
- _____. *De l'imperfection*. Périgueux: Pierre Fanlac, 1987.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÈS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. Trad. Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix, [1985?].
- _____. *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage II* (Compléments, débats, propositions). Paris: Hachette, 1986.
- GREIMAS, Algirdas Julien; FONTANILLE, Jacques. *Semiótica das paixões*. Dos estados de coisas aos estados de alma. Trad. Maria José Rodrigues Coracini. São Paulo: Ática, 1993.
- TOFFLER, Alvin. *A terceira onda*. Trad. João Távora, 19. ed. Rio de Janeiro: Record, 1993.

CORTINA, Arnaldo. The contemporary Brazilian reader and the self-help. *Todas as Letras* (São Paulo), volume 9, n. 1, p. 42-50, 2007.

Abstract: *This work proposes a semiotic focus to exam the reading tastes of the contemporary Brazilian reader. Initially it shows how the research body was constituted using a compilation of the Brazilian bestsellers books from 1966 to 2004. In the second part we propose a data interpretation of the preferences showed by the Brazilian readers focusing exclusively in the classic self-help literature.*

Keywords: *Self-help; enunciatee; reader.*