

Libros que (re)construyen el yo: un análisis discursivo de las representaciones del éxito y el fracaso construidas en la literatura de autoayuda

Tesina para obtener el título de
Licenciada en Sociología

Pilar Cina

MATÍAS LANDAU (DIRECTOR) Y MARTIN ACEBAL (CO-DIRECTOR)

Febrero 2025



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DEL LITORAL



UNL • FACULTAD
DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS

Agradecimientos

Esta tesina no hubiese llegado a ser sin la indiscutible grandeza de la Universidad Pública -en mayúsculas- y de las personas que la construyen día a día. Recordaré para siempre a esos docentes que me embelesaron en clases donde podía sentir como entraba -a veces con suavidad, a veces con cierto esfuerzo- el conocimiento. Espero poder volver a encontrarles más adelante para repasar todas esas cosas que mi lapicera no alcanzo a escribir o que, culpa de mi corta edad, no llegué del todo a entender.

Especialmente, agradezco a Luciano Alonso por haberme empujado a participar de mi primer congreso y por haberme acercado las primeras categorías con las que pensé estos temas. Agradezco también a Martín Acebal por haberme acompañado durante los 15 meses que duró la Cientibeca que originó este trabajo y por no haberme soltado desde entonces hasta llegar hasta acá. Por su compañía que me hizo sentir un poco menos sola todos estos años, pero, mucho más, por las novelas que me recomendó: gracias. Agradezco de igual modo a mi director, Matías Landau, por haberme convencido de mis talentos como investigadora; creerle a él más que a mí misma fue una decisión inteligente. Todavía recuerdo con pasión esa clase suya en la que supe de repente cuál iba a ser el tema de mi tesina. Finalmente, agradezco a los amigos que hice en mi querida Facultad de Humanidades y Ciencias. En ellos encontré, por primera vez en mi vida, personas a las que les gusta discutir tanto como a mí. Que la rosca no pare.

Este trabajo habla mucho más de mí que de la literatura de autoayuda como objeto. Es mi manera sociológica de hacerle honor a mi micro mundo. Por eso, va dedicada:

Al vóley, mi pasión más ridícula y el lugar en el que me enfrento más seguido con mi propia “superación personal”.

A Juani, que tuvo que inventar frases menos trilladas para consolarme en los días malos.

A mi familia, fuente de inspiración infinita para pensar. Con ustedes el trabajo de campo no encuentra final.

Y a todos los que me preguntaron una y otra vez para qué sirve la sociología. Sus cuestionamientos solo reafirmaron mi convicción. En este trabajo van mis mejores argumentos.

Índice

Introducción	5
0.1. Etnografía de una librería	5
0.2. Relevancia del objeto de estudio	6
0.3. Marco teórico	7
0.3. Objetivos y metodología	9
0.4. Organización del trabajo	12
CAPÍTULO 1: Construcción del objeto	14
1.1. La literatura de autoayuda como fenómeno editorial	14
1.1.1. El origen de los estudios culturales en Argentina	14
1.1.2. La lectura en el siglo XXI	17
1.1.3. La autoayuda hoy	21
1.1.4. El peso de la autoayuda en Argentina	24
1.2. La literatura de autoayuda como fenómeno discursivo	25
1.2.1. Breve historia interna del género	26
1.2.2. Una definición de la autoayuda	30
1.3. Antecedentes	32
1.3.1. La autoayuda y la cultura de masas	33
1.3.2. La autoayuda y la cultura terapéutica	34
1.3.3. La autoayuda y la segunda modernidad	35
1.4. El aporte de esta tesina	36
CAPÍTULO 2: Presentación del <i>corpus</i>	38
2.1. Los criterios de construcción	38
2.2. Nuestros libros pioneros	39
2.3. Nuestros libros de desarrollo personal	43
2.4. Nuestros libros de autoayuda financiera	53
2.5. Nuestro libro de bienestar interior	57

2.6. Las mil aristas de la autoayuda	58
CAPÍTULO 3: Análisis discursivo	60
3.1. La Teoría de la Enunciación y los contratos de lectura.....	60
3.2. El <i>ethos</i> en la autoayuda: <i>ethos</i> discursivo/prediscursivo, <i>ethos</i> mostrado/dicho	62
3.3. Los contratos de lectura	64
3.3.1. El contrato de complementariedad bajo un enunciador pedagógico.....	65
3.3.2. Los híbridos: el caso de <i>Mindset</i>	72
3.3.3. El contrato de complementariedad bajo un enunciador impersonal.....	74
3.3.4. Contrato de simetría	76
3.3.5. Los híbridos: el caso de <i>Cómo fracasar</i>	80
3.4. En resumen.....	81
CAPÍTULO 4: Las representaciones discursivas del éxito y el fracaso en la autoayuda	84
4.1. El abordaje de los objetos	84
4.2. ¿“Exitoso” en qué sentido?.....	85
4.2.1. El éxito y la autenticidad	87
4.2.2. El éxito y el otro	90
4.2.3. El éxito y la educación	92
4.2.4. El éxito y la acción	95
4.2.5. El éxito, fracaso y aprendizaje	98
4.2.6. El éxito y el cambio	101
4.3. Seis pasos, una idea	104
CAPÍTULO 5: Tematización subjetiva de los objetos discursivos.....	107
5.1. El enfoque subjetivo	107
5.2. El éxito y el fracaso como fenómenos internos.....	108
5.2.1. El éxito comienza en la mente	108
5.2.2. Fracaso vs fracasado.....	112
5.3. Atributos mentales y emocionales	115
5.3.1. La autoayuda y el “espíritu del capitalismo”	116
5.3.2. La autoayuda y la emoción	120
5.4. La autoayuda, ¿sirve?	125
Conclusiones	130
6.1. Nuestro recorrido.....	130
6.2. El desborde de la autoayuda	134
6.3. Sociología de lo que es	135
Anexo	137
Bibliografía.....	145

Introducción

0.1. Etnografía de una librería

Mauro Yardín y Alicia Libros son dos librerías autóctonas de la ciudad de Santa Fe cuyo origen tradicional puede adivinarse en los nombres que les deben a sus fundadores. Mauro Yardín tiene dos sucursales: una sobre la avenida Aristóbulo del Valle, y otra sobre la peatonal San Martín, justo frente al local de Alicia Libros. Basta con mirar una librería desde su vidriera para construir hipótesis sobre qué es lo que más vende. Me acerco al ventanal en el que expone sus libros la Mauro Yardín de Aristóbulo y Ángel Casanello. Siguen ahí dos de los títulos que elegí hace ya 2 años para comenzar mi investigación. En el centro de la vitrina, con su portada violeta y su edición cada vez más pequeña, práctica y portable, se encuentra *Padre Rico, Padre Pobre* (1997). *Liderazgo exitoso* (2021) comparte estante con los otros *bestsellers* de su autor: el clásico *Gente Tóxica* (2010) y sus novedades, *Gente nutritiva* (2022) y *Pensamientos nutritivos* (2023). Apenas atravieso la puerta, me choco con una mesa que exhibe un sinfín de libros de Gabriel Rolón, tres ejemplares de la española Marian Rojas Estapé y el más buscado del momento: *Este dolor no es mío* (2016), un libro sobre constelaciones familiares escrito por el psicólogo estadounidense Mark Wolynn que se hizo popular tras aparecer en una serie turca publicada en Netflix bajo el título “Mi otra yo” (2022). Me cuentan las librerías de Alicia Libros que todos venían a buscarlo y a la librería solo había ingresado un ejemplar. Las editoriales hacen eso, me explican, sacan nuevos títulos en tiradas pequeñas -doce, diez, cinco mil ejemplares según me cuentan- para probar la suerte del libro y estampar luego en la portada la noticia de su reedición. Y como primero distribuyen en Buenos Aires y después, si les queda alguno, lo mandan a Santa Fe el verano de 2024 se cansaron de pedir el de Wolynn frente a la demanda de los santafesinos. Las

explicaciones de las librerías están encaminadas pero lejos todavía de los números declarados en el Informe Anual de Producción del Libro Argentino 2023: para el Sector Editorial Comercial, la tirada más habitual es de 1000 ejemplares y un 37% de las empresas editoriales declara tiradas menores a 600 ejemplares para la primera edición de un libro. “Acá no vendemos cultura” -sentencia Claudio, el librero de Mauro Yardín con el que hablo- “el libro no es cultura, es marketing”.

En el ranking de los 30 libros más vendidos construido por la Encuesta a Librerías de la Ciudad de Buenos Aires para el primer trimestre de 2015 (última edición cuyos datos están disponibles), es posible rastrear 6 títulos clasificables dentro del heterogéneo género de la autoayuda. En el mismo sentido, la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales realizada por el Sistema de Información Cultural de la Argentina en 2022 y 2023, muestra que la autoayuda se encuentra en el séptimo lugar entre las temáticas más elegidas por quienes leen en nuestro país, con el mismo 8% de lectores/as que el cómic. El último dato lo tiene el Informe Anual de Producción del Libro Argentino 2023 que muestra que un 4% de las nuevas publicaciones responden a la temática “Salud, relaciones y desarrollo personal”, un 5% a “Filosofía y religión”, un 2% a “Economía, finanzas, empresa y gestión” y un 2% a “Estilos de vida, aficiones y ocio”, todas estas categorías susceptibles de esconder libros de autoayuda en sus múltiples variantes y subgéneros.

Como intenté ilustrar en estos párrafos, la literatura de autoayuda se ha convertido en todo un fenómeno editorial. Pero más allá de su peso cuantitativo, se trata de un fenómeno cualitativo de extrema complejidad, que combina estrategias mercadotécnicas, saberes expertos de las áreas del conocimiento más distantes posibles, una llegada masiva a un público cada vez más diverso, una relación fluida con las redes sociales y también algo de magia y esoterismo.

0.2. Relevancia del objeto de estudio

En virtud de estos atributos, considero que la autoayuda es un objeto de interés sociológico único por, al menos, dos razones. En primer lugar, porque actualmente capta el interés de un público masivo incluso a pesar de carecer de novedad. Así lo prueban las listas de los más vendidos en las que figuran libros tan antiguos que se han ganado ya la dignidad de “clásicos”. Con sus orígenes en los trabajos pioneros de Dale Carnegie y Napoleon Hill que tienen casi un siglo de antigüedad, la autoayuda llama la atención por su pregnancia contemporánea, su capacidad de atravesar fronteras y su habilidad para interpelar a sectores sociales y culturales de los más diversos.

Pero también, la autoayuda resulta relevante porque “no se refiere solo a un repertorio de libros, sino a un conjunto de prácticas y de ideas que circulan socialmente y que son celebradas por los medios masivos” (Papalini, 2013: 166). En este sentido, estudiar los sentidos contruidos por los libros de autoayuda permite acceder a un sistema de ideas y de prácticas que los desbordan y acaban por conformar un universo más amplio al que Papalini (2013) denomina “el espacio de la autoayuda”.

La difusión de este discurso ha llamado la atención de algunos clásicos de nuestra disciplina, aunque sólo lateralmente. En algunos trabajos el surgimiento de la autoayuda es pensado como el homólogo contemporáneo de los manuales de buena conducta analizados por Elías (1982, 1987). Partiendo de estas bases, se considera que los libros de autoayuda despliegan un conjunto de preceptos que tienen como objetivo regular el comportamiento y los afectos, es decir, que en ellos se expresa un “código de la civilización reflexiva” (Ampudia de Haro, 2004, 2006) fundado en el imperativo de un autocontrol logrado a partir de la introspección y el autoanálisis. En un sentido similar, en *Modernidad e identidad del yo* (1997), Giddens describió el nacimiento de un individuo reflexivo que internalizó mecanismos de control de sí mismo indispensables para entrar en relación con otros seres humanos de manera “civilizada”. Esta transformación de la intimidad es vista por el autor como un producto del desarrollo de las instituciones modernas y de su vínculo cada vez más estrecho con los saberes científicos. Estos primeros acercamientos de nuestra disciplina sobre la temática nos permiten observar la popularización del “espacio de la autoayuda” como un síntoma más -aunque no por eso despreciable- de transformaciones sociales profundas que recién hoy manifiestan sus consecuencias con mayor claridad.

0.3. Marco teórico

Desde la premisa de que la autoayuda es un fenómeno que no se limita a un conjunto de libros, esta tesina se inspira en los aportes realizados por Luc Boltanski y Eve Chiapello en su libro *El nuevo espíritu del capitalismo* (2002). En este trabajo, el autor y la autora partieron de un *corpus* numeroso de manuales de *management* empresarial para dar cuenta de una transformación en lo que llamaron, siguiendo una tradición weberiana, el “espíritu del capitalismo”; es decir, el sistema de creencias que justifica el orden capitalista y que ofrece legitimidad a los modos de acción y las disposiciones que son coherentes con él. Para los autores, el capitalismo es, cuanto menos, un sistema absurdo, ya que

Exige la movilización de un gran número de personas para las cuales las posibilidades de obtener [sus beneficios] son escasas (...) y a cada una de las

cuales no le es atribuida más que una responsabilidad ínfima (...) en el proceso global de acumulación, de manera que están poco motivadas a comprometerse con las prácticas capitalistas, cuando no se muestran directamente hostiles a ellas (Boltanski y Chiapello, 2002: 40-41).

Como consecuencia, el sistema necesita ofrecer un conjunto de justificaciones morales que persuadan a los protagonistas del proceso de acumulación de que las acciones que deben llevar a cabo son deseables en términos de bien común o, al menos, de bienestar individual.

En este trabajo, Boltanski y Chiapello se detuvieron sobre los argumentos desplegados frente a los cuadros de las empresas, personas que se encuentran en una posición contradictoria en la estructura social en tanto son al mismo tiempo trabajadoras asalariadas y directoras del curso del capital. Así, los libros de *management* fueron considerados receptáculos evidentes del “espíritu del capitalismo” ya que condensan en su interior las recomendaciones técnicas para la administración de una empresa y las justificaciones morales que hacen que estas soluciones técnicas aparezcan como deseables en un periodo histórico específico. Boltanski y Chiapello no se detuvieron sobre los argumentos generales que recurren al progreso material, la eficiencia en la satisfacción de necesidades o el impulso a la libertad individual y política que han sido enarboladas en diferentes etapas del desarrollo capitalista. Por el contrario, se centraron en aquellas justificaciones de carácter detallado que apelan a las experiencias morales de la vida cotidiana de los actores y que cristalizaron en un sentido de época novedoso identificado por el autor y la autora a partir de la década del '90.

Esta tesina se erige sobre los cimientos de este trabajo pionero y se atreve a avanzar en el abordaje del espíritu del capitalismo, pero, esta vez, a través del análisis de literatura de autoayuda destinada a un público más amplio. Como objetos culturales, estos libros son, al igual que los manuales de *management*, dispositivos que apuntan a la transformación de las subjetividades en un sentido técnico (recomendando prácticas para solucionar problemas cotidianos eficazmente) y moral (distinguiendo las disposiciones deseables de las indeseables).

La transformación subjetiva que intenta describir esta tesina se nutre, también, de los aportes de Eva Illouz en *La salvación del alma moderna* (2010). La autora utilizó el término “terapéutico” para nombrar un sistema cultural de doble arraigo: conocimiento formal que emana de la clase profesional de los psicólogos y posee reglas y límites precisos; pero también un sistema cultural informal, difundido y amorfo, que se plasma en prácticas e interpretaciones cotidianas. Según Illouz, lo que permite ubicar al lenguaje de la terapia profesional -es decir, la sesión con un psicólogo matriculado- en un mismo espacio que

sus expresiones populares -como puede ser la literatura de autoayuda- es que “están unidas por un estilo emocional común” (Illouz, 2010: 27).

Cuando hablamos de “cultura terapéutica”, por lo tanto, aludimos a un conjunto heterogéneo de técnicas -lingüísticas, científicas, rituales- por medio de las cuales nuestra cultura busca aprehender la dimensión emocional. Lo interesante de esta propuesta es que ubica a la emoción en el centro de la interpretación social. Para la autora, la emoción es el nexo que une las estructuras sociales con la agencia personal. Las emociones aportan la energía que nos lleva a realizar un acto. Se trata de aspectos profundamente internalizados e irreflexivos de la acción “pero no porque no contengan suficiente cultura y sociedad, sino porque de hecho contienen demasiado de ambas” (24). Al difundir técnicas de gestión emocional, nuestro objeto, los libros de autoayuda (pero también algunas prácticas espirituales, los talleres de coaching y liderazgo, las terapias alternativas y el contenido que recorre las redes sociales) tienen un impacto inestimable sobre nuestra manera de experimentar el mundo. Al elegir la autoayuda como objeto de estudio, esta tesina pretende aportar al conocimiento de este universo más amplio de fenómenos que contribuye a la construcción de un particular marco de interpretación emocional de lo cotidiano.

0.3. Objetivos y metodología

Partiendo de la hipótesis de que la construcción del yo contemporáneo está atravesada de manera abrumadora por la textualidad (Illouz, 2010), esta tesina opta por la literatura de autoayuda como la puerta de entrada al nuevo horizonte moral de nuestro tiempo. En este trabajo, se intenta echar luz sobre el modo en que la literatura de autoayuda participa de la construcción de las subjetividades reflexivas que caracterizan nuestra modernidad. Más específicamente, *el objetivo general que guió la investigación fue analizar críticamente las construcciones discursivas del éxito y el fracaso presentes en los libros de autoayuda e indagar sobre su aporte a las configuraciones subjetivas de los individuos de la modernidad radicalizada* (Giddens, 1994).

En cuanto al abordaje discursivo del fenómeno, parto de la convicción de que los libros no son meros contenedores de ideas sino que, a través de operaciones discursivas, tienen la facultad de construir “objetos discursivos” (Narvaja de Arnoux, 2009), esto es, representaciones simbólicas concretas que no son independientes del texto sino que son elaboradas en él. Por eso, el análisis del éxito y el fracaso que se propuso este trabajo inició con la lectura de un *corpus* literario reconociendo el origen discursivo de estas representaciones. Asimismo, considero que el discurso posee un carácter agencial y performativo (Austin, 1962, Cassin, 2022) que le permite intervenir en el mundo social

para construir y transformar fenómenos. Esto tiene especial relevancia en relación con la autoayuda cuyo objetivo último -ya profundizaremos sobre esto- es influir en la subjetividad de sus lectores/as.

Para abordar la autoayuda desde un enfoque discursivo, esta investigación se posicionó en la tradición del Análisis Crítico del Discurso (ACD), tal y como fue desarrollado por Norman Fairclough (1989, 2001). Considero que se trata de un enfoque adecuado ya que fue pensado por el autor como una teoría o método “transdisciplinar” (Moreno Mosquera, 2016), donde el análisis textual se muestra combinable con un enfoque sociológico como el de esta tesina. Lo que caracteriza a esta propuesta es una particular concepción del discurso:

Se sustenta en la premisa de que existe una relación dialéctica entre el discurso y las estructuras sociales, esto es, de que el discurso en tanto práctica social históricamente situada, es, por un lado, modelado y determinado por las macro y micro estructuras en las que está inserto, al mismo tiempo que, por otro lado, contribuye activa y creativamente a la construcción, sostenimiento y transformación del orden social. (Stecher, 2014: 21)

En este sentido, el discurso designa sólo a los elementos semióticos de la realidad social y debe ser analizado en relación con sus otros componentes (actividad productiva, medios de producción, relaciones sociales, identidades sociales, objetos, tiempo y lugar, conciencia y valores culturales). El ACD aporta un valor fundamental a la tesina ya que le permite reflexionar sobre las estructuras y las subjetividades del presente partiendo del análisis de libros pertenecientes a un género específico.

En el contexto del Análisis Crítico del Discurso, Fairclough ha propuesto un esquema tripartito en función del cual se hicieron asequibles los desafíos analíticos y metodológicos que me propuse en esta investigación. El modelo incluye tres dimensiones de análisis del discurso -*como texto, como práctica discursiva y como práctica social*- así como tres niveles de indagación -*descripción, interpretación y explicación*- (Fairclough, 1989, 2001; Moreno Mosquera, 2016). La consideración tridimensional del discurso que esta perspectiva nos ofrece es de especial relevancia porque propone un posicionamiento onto-epistemológico -es decir, define el objeto de análisis y su modo de estudiarlo- en función del cual se hace legítima la incorporación del análisis discursivo a una investigación sociológica. Esta consideración teórica se organiza metodológicamente en tres instancias que ordenaron los tres objetivos específicos de esta tesina.

En primer lugar, el análisis del discurso *como texto* permitió un abordaje *descriptivo* de las operaciones lógico-discursivas articuladas en los textos que son necesarias para

“fabricar” los objetos discursivos (Narvaja de Arnoux, 2009) -el éxito y el fracaso. Desde esta perspectiva, el primer objetivo específico fue:

1. Describir la construcción discursiva del éxito y el fracaso en el corpus seleccionado y los recursos lingüísticos que realizan su delimitación y caracterización.

Aquí, la teoría de la enunciación ofreció las bases para distinguir por un lado, el *dictum*, o el contenido de la oración, y por el otro lado, la modalidad, es decir “la operación psíquica que tiene como objeto al *dictum*” (Maingueneau, 1980: 125). En otras palabras, el objetivo fue distinguir las ideas presentes en el texto de la actitud que tiene el orador respecto de estas ideas y la manera particular en la que las expresa. De esta forma, se alcanzó un registro descriptivo que consideró al discurso simplemente como un texto.

En segundo lugar, el ACD establece una segunda instancia que exige interpretar estas construcciones a la luz de la *práctica discursiva* específica que habilitan los subgéneros de la autoayuda. Esto me condujo a realizar un análisis de la fuerza performativa y persuasiva (Cassin, 2022) que poseen estos objetos discursivos, y de la manera en que interpelan a quienes leen en el marco del “contrato de lectura” (Verón, 1985) específico que inaugura cada texto, atendiendo a sus similitudes y diferencias. De esta manera el texto fue entendido no sólo como un conjunto de frases sino como una práctica discursiva reglada. En este segundo momento de la investigación el propósito fue alcanzar un nivel *interpretativo* que permita dar cuenta de los efectos de sentido que estos textos son capaces de producir. De esta manera, el segundo objetivo específico fue:

2. Analizar las representaciones del éxito y el fracaso en el marco de las particularidades del género de la autoayuda y dar cuenta de la manera en que interpelan la subjetividad de los lectores.

El ACD propone complementar estas dos instancias metodológicas con una tercera que considera al discurso en cuanto *práctica social*. Es esta última etapa la que me habilitó a indagar sobre los posibles vínculos entre los textos de autoayuda y el discurso dominante (Raiter, 1999), así como a reflexionar sobre la función que este género cumple en la construcción y reproducción del orden social vigente. De esta manera, la tesina se propuso llegar a un nivel *explicativo* que permita dar cuenta de los vínculos entre el fenómeno discursivo y la realidad social en que se inscribe, nutriéndose de los aportes de sociólogos como Boltanski y Chiapello (2002), Illouz (2010), Elias (1987), Giddens (1997) y muchos más que forman parte de nuestro acervo disciplinario. De acuerdo con esto, el tercer objetivo específico de este trabajo fue:

3. *Articular las construcciones discursivas del éxito y el fracaso que realizan los textos de autoayuda con las disputas por la producción y reproducción de la vida social, especialmente en lo que respecta a la configuración de la subjetividad en el marco de la modernidad radicalizada.*

0.4. Organización del trabajo

Tal y como sostuve anteriormente, la autoayuda es pensada en esta tesina como la puerta de entrada a un universo cultural y a un horizonte moral propio de nuestro presente. En el primer capítulo, se aborda la construcción del objeto de estudio de manera de presentar a la literatura de autoayuda como un fenómeno editorial -es decir, materializado en libros y una industria editorial- a la vez que como un fenómeno discursivo más amplio -definido por una retórica propia que desborda del formato libro. En una primera parte, entonces, se presentan datos que buscan ilustrar las preferencias en los consumos literarios de los argentinos y evaluar el peso cuantitativo que alcanzó la autoayuda en nuestro territorio hasta el día de hoy. A su vez, se presentan algunas hipótesis respecto del modelo de lector que posee este género para reflexionar sobre quiénes son las personas que se ven atraídas especialmente por él. En una segunda parte, se delimitan las características discursivas de la autoayuda a partir de investigaciones de referencia sobre el tema. De esta manera, ofrezco una definición preliminar a partir de la cuál discutir sobre los límites, muchas veces borrosos, del fenómeno. Por último, el capítulo finaliza con una revisión bibliográfica que me permite encontrar espacios vacantes de discusión y distinguir los aportes de esta tesina respecto de los antecedentes sobre el tema.

Para poder analizar lo que, *a priori*, aparece como inabarcable, parto de un *corpus* integrado por diez libros de autoayuda que fueron seleccionados de acuerdo con un conjunto de criterios. El segundo capítulo está dedicado a la presentación de este *corpus* fundamentando de qué manera contribuyen los textos que lo componen a los objetivos de este trabajo. Además, me detengo sobre cada uno de los libros y sus autores/as para mostrar las características que comparten con otros de su género, así como para dar cuenta de sus particularidades.

En el tercer capítulo se aborda propiamente el análisis discursivo del *corpus* y se presentan los resultados de los dos primeros objetivos específicos. En él, se desentrañan las operaciones lógico-discursivas con las que se fabrican el “éxito” y el “fracaso” como objetos discursivos y se distinguen la variedad de “contratos de lectura” (Verón, 1985) que puede adoptar la autoayuda como género.

Finalmente, el cuarto y el quinto capítulo se centran en las representaciones del “éxito” y el “fracaso”. A partir de un análisis de fragmentos sistematizado a través del software de

análisis cualitativo Atlas.ti, se desarmen las concepciones construidas en la autoayuda y los elementos que participan de ellas. Hacia el final, hago hincapié en la manera en que nuestro género busca influir en la dimensión subjetiva de sus lectores/as y traigo a la discusión algunos trabajos de teoría sociológica con los cuales interpretar los resultados del análisis.

En la conclusión, vuelvo sobre los aspectos más relevantes del fenómeno y profundizo sobre la función social de los textos. Desde una mirada sociológica más atenta a comprender el arraigo social del que goza el discurso de autoayuda que a explicar sus consecuencias, propongo algunas posibles respuestas para entender su vínculo con las estructuras contemporáneas y destaco la utilidad de los estudios culturales, y de la autoayuda como temática en particular, para explicar otros fenómenos sociales.

CAPÍTULO 1

Construcción del objeto

1.1. La literatura de autoayuda como fenómeno editorial

Antes de sumergirnos en el análisis, considero necesario interrogar a la literatura de autoayuda en tanto fenómeno editorial y rastrear su peso dentro del mercado editorial argentino. Esta sección busca dar cuenta de las particularidades de los consumos de autoayuda en Argentina a partir de los principales esfuerzos de indagación cuantitativos de alcance nacional sobre nuestros consumos culturales y de los informes de producción del libro elaborados anualmente por la Cámara Argentina del Libro (CAL). A pesar de la amplitud de los tópicos abordados por las investigaciones que analizaremos, en esta sección me interesa revisitarlas en sus registros sobre el comportamiento de quienes leen. Al final de este apartado espero poder mostrar no sólo la heterogeneidad de investigaciones, perspectivas y actores que se han preocupado por los consumos culturales locales sino también poder describir la evolución de la presencia de la autoayuda en el mercado editorial argentino desde las primeras mediciones hasta el presente.

1.1.1. El origen de los estudios culturales en Argentina

De acuerdo con Wortman y Bayardo (2012) los estudios culturales como campo de preocupación política e intelectual no pueden pensarse hasta la recuperación de la democracia. Si 1983 inaugura una nueva etapa en el escenario cultural argentino se debe, por un lado, a la atención proporcionada a la cultura por el gobierno de Raúl Alfonsín, para quien la cultura era un elemento fundamental para el fortalecimiento del espacio

público y la construcción de una sociabilidad democrática. Por otro lado, las expresiones culturales que habían nacido al calor de la censura dictatorial cobraron, en el contexto de la reciente apertura política, una vitalidad y una relevancia pública novedosa que motivó rápidamente trabajos académicos. Conforme el clima político e institucional lo permitió, los intelectuales argentinos se incorporaron a las líneas de investigación sobre estudios culturales que poseían ya cierta trayectoria en América Latina. Como estudios pioneros se destacan los trabajos de Néstor García Canclini en la Universidad de Buenos Aires acerca de la producción simbólica (1979) y las culturas populares en el capitalismo (1982), así como la difusión que realizó de las obras de Pierre Bourdieu, también presente en las ediciones de la revista *Punto de Vista*. Además, los años '80 fueron testigo de la apertura de carreras de Comunicación a lo largo del país y su masiva convocatoria hizo que este campo de estudios alcanzara una popularidad novedosa.

No obstante, el primer esfuerzo por abordar sistemáticamente el problema de los consumos culturales en nuestro país fue el estudio realizado por Oscar Landi, Luis Alberto Quevedo y Ariana Vacchieri en 1988 desde el Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). Esta investigación se articulaba con otras iniciativas similares en la región impulsadas desde el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Se trató de una exhaustiva encuesta cuyo objetivo fue trazar un perfil general de los consumos culturales en la Capital y el Gran Buenos Aires. El estudio indagó sobre los hábitos y preferencias en relación a la televisión, la música, la radio, la lectura de libros, diarios y revistas, así como al uso del tiempo libre en la semana. Asimismo, midió la asistencia a cines, teatros, conciertos, espectáculos al aire libre y actividades barriales durante los fines de semana. Esta información fue segmentada de acuerdo con las variables clásicas de la investigación social: nivel socioeconómico, escolaridad, sexo y edad.

Según el informe finalmente publicado en 1990, sólo un 47,2% de quienes fueron encuestados/as había leído algún libro en el último año, dato que no tuvo en cuenta aquellas lecturas vinculadas al estudio o el trabajo. Este número fue interpretado en el informe como un decrecimiento vinculado con el achicamiento registrado de la industria cultural. Según explican sus autores y autoras, la disminución de la industria cultural, en general, y de los niveles de lectura, en particular, fue provocada, por un lado, por los efectos de la crisis económica que encareció tanto la producción como la compra de los libros y, por otro lado, por las transformaciones en el uso del tiempo libre que registraron un vuelco de antiguos/as lectores/as hacia el consumo de nuevas tecnologías como la televisión. El informe también destacó a las capas más jóvenes, a las mujeres y a los sectores socioeconómicos altos y más educados como los que poseían más peso entre el público lector. En cuanto a los géneros literarios más populares -que es lo que nos interesa en esta tesina- la investigación obtuvo como primera respuesta los cuentos y

novelas, luego el grupo de personas que sostiene que no les gusta leer y, por último, las novelas policiales y la historia. La autoayuda todavía no aparecía como un género popular.

A diferencia de los '80, la década del '90 es señalada por Wortman y Bayardo (2012) como una etapa de deterioro de la cultura, así como de los trabajos académicos sobre el tema. De acuerdo con los autores, el período estuvo marcado por el desfinanciamiento de la cultura a nivel nacional que -aún rastreable desde algunos años antes- se profundizó en el contexto de ajuste estructural iniciado por el gobierno de Carlos Saúl Menem. Esto impidió la conservación adecuada de bibliotecas y archivos, el equipamiento de teatros y salas de concierto, así como la adquisición de obras en museos. El desfinanciamiento del sector cultural durante estos años provocó una crisis de gran calado que llevó a los trabajadores y los gremios del sector a movilizarse públicamente. Aunque Wortman y Bayardo mencionan tres planes de cultura de alcance nacional articulados durante el menemismo, también advierten que estos carecieron de un fundamento conceptual sobre la cultura y que se orientaron de forma pragmática, teniendo como resultado un escaso impacto sobre el desarrollo de políticas públicas y sobre la actividad académica en general. Por el contrario, los autores sí identifican en esta etapa una proliferación de rankings de ventas realizados por las empresas culturales y la emergencia de consultoras privadas que trabajaron al servicio de cámaras empresariales, fenómenos que cobran sentido en el marco de los esfuerzos desreguladores y privatizadores del gobierno nacional. En efecto, entre los Informes de Producción del Libro Argentino realizados por la Cámara Argentina del Libro es posible encontrar series estadísticas que comienzan en 1997 construidas en base a los datos declarados frente a la Agencia Argentina de Registro de ISBN.

Como fruto de este retroceso de la industria cultural y de los esfuerzos nacionales tanto por sostenerla como por investigarla, habría que esperar recién hasta el 2000 para volver a encontrar estudios estadísticos de alcance nacional que indaguen sobre los consumos culturales. Wortman y Bayardo (2012) sostienen que la crisis de la convertibilidad de 2000 y 2001 provocó un proceso contradictorio:

por una parte disminuy[ó] el financiamiento público del sector, y por la otra se aumenta[ron] las expectativas sobre la rentabilidad de la cultura, que pas[ó] a ser concebida con mayor claridad como un renglón productivo que es parte de las cuentas nacionales (17).

En este nuevo contexto y durante el breve gobierno de Fernando de la Rúa, los autores mencionan una iniciativa llevada a cabo por la Secretaría de Cultura y Comunicación. Este trabajo sobre “Públicos y Consumos Culturales en Argentina” apuntaba a recoger

información sobre consumos y preferencias de televisión, radio, diarios y revistas, libros, cines y teatros, música, actividades de fin de semana y uso de internet, y hacer de ella los cimientos de la planificación pública en materia de cultura y comunicación. A pesar de este esfuerzo, el estudio se vio interrumpido por el imprevisto cambio de gobierno y dejó solamente un informe al que no logré acceder. Como señalan Wortman y Bayardo (2012), las recurrentes crisis institucionales que atravesó nuestro país no permitieron un desarrollo lineal de las políticas culturales, así como tampoco de la investigación académica sobre el tema y esto constituye hoy una fuente de inconvenientes para quienes nos proponemos realizar una reconstrucción genealógica como esta.

1.1.2. La lectura en el siglo XXI

Para nuestra fortuna, 2001 constituye un parteaguas en las investigaciones recientes sobre la cultura argentina y ofrece, por primera vez, una desordenada continuidad en la producción estadística sobre el tema. Entre febrero y marzo de ese año se llevó a cabo la Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro, realizada por la firma privada Catterberg y Asociados bajo el encargo del Ministerio de Educación de la Nación. En esta oportunidad, la encuesta registró un 86% de lectores teniendo en cuenta un indicador mucho más sensible que la encuesta de 1988: consideró lector a todo aquel que dedicara entre 15 y 20 minutos de lectura continua en cualquier soporte y en frecuencias variables. Asimismo, el 55% de la muestra declaró haber leído al menos 1 libro en el último año (un valor más comparable con el 47,2% registrado en 1988) y el informe destaca que, en el segmento centrado en la lectura de libros, fueron mayoritarias las mujeres, los menores de 40 años y los individuos de Nivel Económico Social medio y alto (característica ya registrada en 1988). Este estudio también permitió conocer que 9 de cada 10 lectores declararon hacerlo por gusto, aunque el segmento centrado específicamente en la lectura de libros declaró hacerlo también por una búsqueda personal de mejora y en vinculación con el estudio. Entre las temáticas más elegidas de libros aparecieron en este orden: historia, humanidades y ciencias sociales, religión y literatura.

Solo una vez superada la crisis surge el primer intento de registro continuado sobre consumos culturales en el país. Me estoy refiriendo a las tres mediciones realizadas por el Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC) inaugurado por la Secretaría de Medios de Comunicación durante el gobierno de Néstor Kirchner. El documento que analizo a continuación corresponde a la edición de 2006 en virtud de que realiza un análisis comparativo con los datos obtenidos en la primera edición de 2004. El estudio fue realizado en el contexto de lo que su informe diagnostica como una “reactivación cultural” tras la crisis de principios de siglo. A las variables clásicas de sexo, edad y nivel socioeconómico, agrega un análisis regional y también incorpora un análisis de las

tecnologías móviles, especialmente del consumo de videojuegos. A pesar de estas innovaciones, mi interés se detendrá en las preferencias respecto al género literario.

Entre sus conclusiones, el informe destaca un crecimiento del 19% en la lectura de libros desde 2004 a 2006 (desde un 46.4% a un 55.2%). En este mismo sentido, señala que el promedio de libros leídos en el último año pasó de un 3.9 en 2004 a un 4.6 en 2006. Además, el estudio reitera las tendencias ya identificadas en las investigaciones anteriores, aunque, por supuesto, con números diferentes que se explican por las diferencias metodológicas aplicadas: entre quienes leen se destacan las mujeres, los menores de 35 años, las personas de nivel socioeconómico alto e, identificado por primera vez, el distrito del AMBA.

Los estudios llevados a cabo por el SNCC tienen un valor particular para esta investigación más allá de los volúmenes de lectura y las caracterizaciones de las personas lectoras. En el informe que nos ocupa se muestran por primera vez los títulos y autores/as más leídos en el último año, de acuerdo con las declaraciones de quienes fueron entrevistados/as. Esto nos da la posibilidad de observar los títulos y los géneros a los que estos pertenecen y de dar cuenta de la aparición de la autoayuda entre los libros más leídos en el país. En el Anexo dedicado a gráficos y tablas, comparto las figuras 1 y 2, cuyos cuadros fueron extraídos del informe de 2006.

Si ponemos la atención sobre la figura 2 correspondiente a 2004, es posible identificar entre los 28 libros mencionados al menos cinco que podríamos incluir dentro del género de la autoayuda. Ubicado en el tercer lugar de la tabla después de la Biblia y de los libros de la saga Harry Potter, encontramos la famosa novela de Paulo Coelho titulada *El alquimista* (1988), un texto que alcanza el top en ventas de Amazon tanto dentro de la categoría de “libros”, “ficción literaria” y “ficción contemporánea”, como en la de “desarrollo personal y autoayuda”. Además, en la lista podemos encontrar cuatro libros de Jorge Bucay, uno de los escritores más reconocidos dentro del género de la autoayuda: *El camino de las lágrimas* (2003), *El camino de la felicidad* (2001), *El camino del encuentro* (2001) y *El camino de la autodependencia* (2000). La presencia destacada de estos autores es resaltada en el Anuario realizado por el Observatorio de Industrias Creativas (OIC) de la Ciudad de Buenos Aires, en donde se retoman los datos del informe del SNCC de 2004 con cierto tono de indignación: “Lejos de Borges o Cortázar, los escritores que la gente más conoce son Paulo Coelho y Jorge Bucay, ambos representantes de la corriente de libros de autoayuda...” (OIC, 2004: 70).

Estoy al tanto de que estas clasificaciones pueden ser ampliamente debatidas, especialmente si se consideran conceptualizaciones más rigurosas sobre el género. No obstante, en esta sección me atenderé a hablar sobre los libros de una manera amplia a partir de breves búsquedas sobre su contenido y su clasificación en internet y dejaré

espacio más adelante en este capítulo para realizar una delimitación conceptual más precisa. En esta etapa del análisis admitir cierta laxitud en las categorizaciones es, para mí, una necesidad. En parte porque esta atraviesa los trabajos académicos sobre el tema: mientras que Papalini (2010) excluye las novelas alegóricas de Coelho de su definición del género, trabajos como el de Peredo Merlo (2012) lo toman como insumo para su investigación. Pero, además, esta laxitud se impone especialmente si consideramos la heterogeneidad del género y la ambigüedad con la que es usada la categoría de “autoayuda” por parte de sus productores, vendedores y consumidores.

Si observamos ahora la figura 1 correspondiente a 2006, podemos encontrar tres títulos de autoayuda dentro de los 28 con más menciones en la encuesta. Nuevamente, ocupando el tercer lugar entre las menciones, está *El alquimista* de Paulo Coelho. En segundo lugar, volvemos a encontrar *El camino de las lágrimas* de Jorge Bucay, pero que ha descendido desde el puesto número 10 entre las menciones de 2004, al puesto número 16 en 2006. Por último, aparece la novela *El caballero de la armadura oxidada* (1987) de Robert Fisher que goza de la misma ambigua condición del libro de Coelho: es entendida principalmente como una novela de ficción, pero también puede ser encontrada entre los títulos de “desarrollo personal y autoayuda” de acuerdo a la clasificación de Amazon.

De acuerdo con estas tablas podemos sostener que la investigación llevada a cabo por el Sistema Nacional de Consumos Culturales es la primera que releva la presencia del género de la autoayuda dentro del país. Aunque esto no implique, por supuesto, su ausencia en el mercado editorial antes de esta fecha. La evolución del género llevó, más tarde, a su categorización como una opción cerrada en la variable temática. El Informe de Producción del Libro Argentino realizado por la Cámara Argentina del Libro (CAL) para 2008 destaca entre los cinco descriptores Dewey más utilizados al código 158 que responde a “Psicología aplicada. Autoayuda”. Para 2009, en el Informe de Producción ya se menciona la categoría “Astrología, esoterismo y autoayuda” con 752 títulos publicados, número que llegará a 803 en 2010. A partir del informe de 2013 las temáticas más publicadas comienzan a ser objeto de atención: “Astrología, esoterismo y autoayuda” condensa el 2,9% de las publicaciones en papel del Sector Editorial Comercial (SEC) en 2013 y crece al 4% en 2014. A partir de estos datos, es posible sostener que la autoayuda no solo ganó popularidad entre sus lectores/as, sino que además captó la atención de quienes se dedican a investigar el mercado editorial y los consumos culturales en Argentina. Este interés crecerá -aunque no linealmente- en los próximos informes que veremos hasta proporcionarnos información también sobre el público lector.

Lamentablemente, en nuestro país todavía no podemos decir que las políticas culturales y de conocimiento ganen una regularidad y una estabilidad que le permita atravesar

gestiones. Por eso, con el cambio de gobierno desapareció el Sistema Nacional de Consumos Culturales lo que nos obligó a esperar hasta 2011 para volver a encontrar un esfuerzo estatal y de carácter nacional por comprender los hábitos culturales de la población. Se trata de la Encuesta Nacional de Prácticas y Hábitos de Lectura llevada a cabo por el Consejo Nacional de Lectura. Esta investigación pretendió establecer una continuidad con la Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro realizada en 2001. Es más, se trata de una encuesta realizada únicamente en torno a la lectura y que deja de lado otros consumos culturales. En virtud de esto, los resultados que presenta no pueden compararse con los datos que registran las ediciones de 2004 y 2006 del SNCC debido a enormes diferencias metodológicas. Sin embargo, sí es posible establecer cierta comparación con su antecedente de 2001.

Uno de los rasgos similares que presentan las encuestas de 2001 y 2011 es que consideran lectores a todos aquellos que dedican más de 15 minutos continuados de lectura a algún tipo de material. Si comparamos los datos de ambas encuestas podemos sostener que ha habido un aumento de la población lectora desde un 86% en 2001 a un 90% en 2011. Asimismo, la encuesta muestra que se ha popularizado la lectura digital subiendo desde un 21% a un 48% de la muestra, porcentaje que llega al 75% entre los menores de 25 años de 2011. En cuanto al género de los lectores, el informe de 2011 sostiene que hombres y mujeres tienen niveles similares de lectura, pero, mientras los hombres prefieren los diarios y la lectura en virtud de “la necesidad de estar informados” o “por trabajo”, las mujeres leen en mayor medida libros, revistas y publicaciones no masivas “por placer” o “para aprender cosas nuevas”. Por su parte, los jóvenes son los que menos leen el diario, pero destacan entre ellos los lectores de libros (80%), de revistas (73%) y la población que elige leer por la pantalla de la PC (76%).

En cuanto a la lectura estrictamente de libros, la investigación muestra un aumento de su público. Si en 2001 un 55% leía al menos 1 libro al año, en 2011 ese porcentaje llega al 62%. A pesar de la dificultad para cotejar los resultados de las diferentes encuestas, es posible afirmar que la lectura registró un aumento sostenido en nuestro país desde 1988 hasta el 2011. Contrariamente a lo que podríamos pensar en el contexto de la aparición de nuevas tecnologías volcadas al entretenimiento, la lectura, y la lectura de libros en particular, continuó creciendo entre los argentinos.

Pero más allá de demostrar el crecimiento del hábito de la lectura, los datos registrados en 2011 tienen un valor particular para esta investigación. Siguiendo la tendencia de los informes de la CAL, esta encuesta es la primera en la que la autoayuda es configurada como una categoría autónoma a la hora de indagar sobre las temáticas más leídas en el país. Asimismo, el informe profundiza sobre las temáticas más leídas mostrando su distribución de acuerdo con las variables que ya venían segmentando la información en

encuestas precedentes: el sexo, la edad, el nivel socioeconómico y la región. En el Anexo se comparten las figuras 3, 4, 5 y 6, extraídas sin modificaciones del informe de 2011 a las que me referiré a continuación.

Si tomamos en cuenta las 20 temáticas que son consideradas por la Encuesta Nacional de Prácticas y Hábitos de Lectura de 2011, y observamos la figura 3 podemos advertir, en primer lugar, una diferencia en el consumo de la autoayuda entre varones y mujeres. Mientras nuestro género de interés figura en el puesto número 8 entre las mujeres (con un 22% de las lectoras), este aparece en el puesto número 11 entre los varones (con sólo un 13% de los lectores). De estos números podemos sostener que la autoayuda es un género elegido en mayor medida por las mujeres que por los hombres.

En segundo lugar, podemos ver en la figura 4 que los porcentajes de lectores/as de autoayuda en las distintas franjas etarias muestran una oscilación de entre un 14% hasta un 41%, siendo las personas de edades más elevadas las que más lo eligen. El hecho de que los/as jóvenes sean quienes menos frecuentan la literatura de autoayuda es destacable ya que ellos/as son entre quienes encontramos el mayor porcentaje de lectores/as de libros. De este dato se desprende que la autoayuda tiene un peso especial en las edades que menos se vuelcan a la lectura y un menor peso entre quienes hacen de la lectura de libros un hábito corriente.

En la figura 5, el informe también nos dice que la autoayuda es más elegida entre las personas de nivel socioeconómico alto en tanto esta concentra allí un 24% de quienes leen, a diferencia del 18% que lee autoayuda del nivel socioeconómico medio y el 15% del bajo. Sin embargo, esta tabla presenta una distribución similar en todas las temáticas, mostrando que la lectura es, en casi todos los casos, elegida en mayor medida por quienes tienen más recursos. Por esta razón, no podríamos sacar una conclusión especial respecto de la autoayuda salvo señalar que posee una diferencia más significativa entre niveles socioeconómicos que otros géneros como la historia o la literatura.

Por último, la figura 6 refleja que la región donde se encuentran quienes más eligen la autoayuda es la Patagonia (un 20% de lectores/as) y que donde menos la prefieren es en el Noroeste Argentino (un 15% de lectores/as).

1.1.3. La autoayuda hoy

La historia de la investigación estadística sobre consumos culturales alcanza a partir de 2013 una nueva etapa que continúa hasta nuestros días. A partir de ese año, los esfuerzos por comprender los hábitos y preferencias de los argentinos se canalizaron a través de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC) llevada a cabo por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) que depende en última instancia

del Ministerio de Cultura de la Nación. En el marco de esta encuesta se han realizado ya tres ediciones que dan cuenta de una continuidad récord de 10 años.

De acuerdo con el informe de 2013, Argentina posee la tasa más alta de lectura de libros de Iberoamérica, que registra un 56% de personas que han leído al menos un libro al año. Considerando la población total, incluso a quienes no leen, el informe promedia que cada persona lee 3 libros al año y destaca las mismas características que venían dándose desde las primeras encuestas: las mujeres leen ligeramente más que los hombres (87% vs 82%), los jóvenes más que los adultos (especialmente en las franjas etarias de 18 a 49 años) y las clases altas más que las bajas (en este caso con diferencias porcentuales de alrededor de 20 puntos).

Lo que resulta más importante para este trabajo, sin embargo, es que la autoayuda sigue apareciendo categorizada entre las temáticas más leídas, esta vez, en una lista que contempla solo 12 géneros. La figura 7 que se encuentra en el Anexo sostiene que un 23% de los lectores eligen la autoayuda entre sus géneros preferidos.

Asimismo, en el informe de 2013 es posible corroborar una tendencia similar a la que se había visto en la encuesta de 2011. Los libros de autoayuda son más populares entre las mujeres que entre los hombres (figura 8), siguen registrando uno de los valores más altos en la Patagonia (aunque el informe de 2013 muestra que son todavía más elegidos en la región del NEA) y continúan mostrando los porcentajes más bajos en el NOA (figura 9). Además, estos libros se destacan entre los/as jóvenes y adultos/as, especialmente entre los 50 y los 64 años, y son poco consumidos por los/as menores de 18 y los/as mayores de 64 (figura 10). En cuanto a la distribución de acuerdo al nivel socioeconómico, no es posible sacar conclusiones especiales ya que la autoayuda muestra una mayor popularidad entre los sectores más altos al igual que los porcentajes de lectores/as en general (figura 11).

La Encuesta Nacional de Consumos Culturales fue recreada en una segunda edición durante el primer semestre de 2017. En este caso, si bien el SInCA mantuvo la iniciativa, la encuesta fue implementada por la consultora privada Ibarómetro. A pesar de este cambio en la ejecución, la encuesta tomó como modelo la edición de 2013 y otras investigaciones regionales a fin de garantizar la comparabilidad de sus datos.

En este sentido, el informe de 2017 da cuenta de un sostenimiento de los hábitos de lectura en general respecto de 2013. Sin embargo, si observamos específicamente la lectura de libros, esta registra un descenso pronunciado, desde un 53% de personas que habían leído al menos un libro en 2013, a un 44% en 2017. Esto es confirmado por el promedio anual de lectura que disminuyó desde 3 libros en 2013 a 1,5 en 2017. De acuerdo con el análisis del informe, este descenso en la lectura de libros no parece haber sido provocado por motivos económicos en tanto se registró una disminución en el

número de lectores de todos los niveles socioeconómicos, a la vez que “la falta de interés” y “la falta de tiempo” encabezaron los motivos de no lectura argüidos por quienes fueron entrevistados. En cambio, la extensión de la conexión privada a internet y la popularización de los *smartphones* sí aparece como una posible explicación sobre las transformaciones en los hábitos de consumo cultural de 2017.

A pesar de haber tomado como modelo la edición de 2013, el informe que hace públicos los datos de 2017 no alcanza la misma exhaustividad. En relación a la lectura de libros los datos son pocos más que los mencionados en el párrafo anterior. Las que sí figuran representadas son las temáticas más leídas, que se comparten en la figura 12. Y entre ellas, desgraciadamente, no aparece la autoayuda. Sin embargo, si accedemos a los datos publicados en el sitio web www.datos.gob.ar podemos confirmar que la autoayuda sí fue contada dentro de los géneros sobre los que indaga el cuestionario. Probablemente, esto se deba a que la literatura de autoayuda no contaba con la popularidad suficiente para ser incorporada al gráfico. No obstante, como veremos más adelante, es posible que algunos libros de autoayuda hayan sido considerados dentro de etiquetas ambiguas como la de “salud y vida sana” que sí aparece.

Por último, llegamos a la edición más reciente de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales. Está basada en un trabajo de campo llevado a cabo entre noviembre de 2022 y enero de 2023 y continúa siendo coordinada por el SInCA, lo que implica que puede ser considerada el esfuerzo estadístico de carácter público sobre la temática con mayor continuidad en el tiempo. En esta edición, la encuesta fue realizada por el propio organismo estatal, y contó con la colaboración de la Universidad Nacional de San Martín y la Universidad Nacional de Tres de Febrero, al igual que en 2013.

La edición de 2022/23 muestra una recuperación de la lectura de libros respecto a 2017, pero que sigue sin alcanzar los niveles de 2013, como se muestra en la figura 13. Asimismo, el informe muestra que la mayoría de las personas leen por entretenimiento (39%) y sólo un 24% lo hace por estudio o por trabajo. En este mismo sentido, se destaca que la elección de los libros está vinculada principalmente al tema o el género (12%) y sólo luego se vincula la elección a la sugerencia de un establecimiento educativo (9%). Todos estos datos nos indican que la popularidad de un género literario se debe a que capta la atención directa de quienes leen antes que a motivos indirectos como su recomendación por parte de un establecimiento educativo.

Teniendo esto en cuenta, resulta relevante el hecho de que la autoayuda continúa teniendo un importante peso entre nosotros. De acuerdo con el informe de 2022/23 podemos sostener que la literatura de autoayuda es uno de los géneros preferidos por quienes leen en Argentina, ocupando el séptimo lugar dentro de la lista de géneros, con el mismo 8% de lectores/as que coopta el cómic y la historieta (figura 14).

Soy consciente de que ese porcentaje de lectores/as de autoayuda resulta sorprendente si es comparado con el 23% que resalta el informe de 2013. No obstante, considero que la razón de esta variación en los porcentajes no es tanto un descenso de la preferencia de los argentinos por este género, como una dificultad metodológica a la que nos enfrentan las distintas ediciones de las encuestas al ofrecer categorizaciones disímiles. Por el contrario, me parece interesante observar que, mientras en 2013 la autoayuda figuraba 10ma en la tabla de posiciones por temática, en 2022/23 el informe la ubica más arriba en la escala, en el puesto número 7.

Si dejamos el informe y exploramos más de cerca la ENCC 2022/23 a partir de su base de datos, podemos observar las características de ese 8% que lee autoayuda. De acuerdo con los datos crudos descubrí que, del total de la muestra que declara leer autoayuda, el 74,5% es mujer y solo un 25,5% es varón, lo que muestra que la diferencia entre sexos se ha ido acentuando en el tiempo. Además, la segregación por edad mostró que la autoayuda es elegida mayormente por jóvenes adultos/as de entre 30 y 49 años. Entre las mujeres, se pudo ver una opción por el género por parte de las mayores de 50, mientras que entre los hombres la preferencia por la autoayuda se registró antes en los menores de 30 que en los mayores de 50. Esto nos indica que a medida que una mujer envejece, suben las posibilidades de que elija la autoayuda, mientras que la lectura de este género es más probable durante la juventud de los varones antes que durante su madurez. Por último, la exploración de la base de datos confirmó las conclusiones a las que llegamos con el informe de 2011 en el que la autoayuda era leída mayormente en la Patagonia. En la edición de 2022/23, del total de lectores de autoayuda un 22% reside en la Patagonia y un 18% en GBA. A partir de la base de datos elaboré los gráficos rotulados como figuras 16 y 17 que muestran estos resultados.

Otra fuente de datos que nos permite dar cuenta del estado actual de la autoayuda en Argentina son los Informes Anuales de Producción del Libro Argentino creados por la Cámara Argentina del Libro (CAL). Cuando la edición de 2023 muestra los resultados de las temáticas de los libros producidos, la categoría “Astrología, esoterismo y autoayuda” (que figuraba en 2014) es reemplazada por “Salud, relaciones y desarrollo personal”, categoría que reúne un 4% de las nuevas publicaciones del Sector Editorial Comercial. Además, es probable que dentro de esta categoría sólo encontremos algunas de las obras de autoayuda y que diversos subgéneros estén incluidos en etiquetas como “Economía, finanzas, empresa y gestión” (como ciertos libros de autoayuda financiera o de liderazgo) o “Estilos de vida, aficiones y ocio”, por mencionar solo algunas de las categorizaciones posibles.

1.1.4. El peso de la autoayuda en Argentina

En estas páginas, propuse un recorrido por las distintas mediciones estadísticas de alcance nacional que nos ofrecen datos sobre los hábitos lectores de la población argentina. La información volcada a lo largo de esta sección nos permite llegar a ciertas conclusiones. En primer lugar, pudimos observar una tendencia al crecimiento de la lectura de libros hasta 2013, luego un descenso hacia 2017 y, finalmente, una recuperación hacia 2022/23. Si actualmente la mitad de la población lee al menos un libro al año, esto nos indica que, contrariamente a lo que podríamos pensar, la lectura conserva una gran importancia entre los hábitos de los argentinos.

En segundo lugar, la ENCC 2022/23 muestra que la búsqueda de entretenimiento es el motivo más aducido por quienes leen. Este dato prueba que el libro, lejos de ser un objeto de intelectualidad reservado a quienes estudian o trabajan, es un objeto en el que los individuos encuentran placer, incluso frente a la emergencia de variados productos de entretenimiento digital. Por último, los datos nos muestran que quienes leen se ven atraídos hacia los libros fundamentalmente por sus temáticas. En este sentido, resulta relevante reflexionar sobre cuáles son los contenidos y los temas más populares en el mercado y de qué manera se vinculan con la experiencia cotidiana de los/as argentinos/as.

Pese a que los datos que recopilamos no constituyen una serie temporal metodológicamente comparable, en esta sección intenté demostrar la importancia de la lectura en nuestro país, probar la presencia de la autoayuda como uno de nuestros géneros preferidos e insinuar algunas hipótesis respecto de los perfiles de sus más asiduos/as lectores/as. Los números desplegados en los párrafos anteriores muestran que, actualmente, un 8% de quienes leen en Argentina eligen la autoayuda, que este género constituye un 4% de las nuevas publicaciones del SEC, que el consumo de la autoayuda está ligada al ocio antes que al trabajo o al estudio, que su público se acerca a ella por su cercanía frente a las temáticas que aborda y que se trata de un género consumido preferentemente por las mujeres adultas.

1.2. La literatura de autoayuda como fenómeno discursivo

Habiendo dado cuenta de la literatura en tanto fenómeno editorial, avancemos ahora a conocer sus aspectos discursivos. En esta sección exploraremos los orígenes del género y navegaremos a través de distintas definiciones que nos permitan enmarcar nuestro objeto. Para cumplir ambas tareas, me basé en los trabajos de Vanina Papalini, quizá la referente más importante de Argentina en el área de la literatura de autoayuda. De acuerdo con la autora, los libros de autoayuda tienen como temática central el ofrecimiento de soluciones a problemas de la vida cotidiana. Entonces, ¿cuáles fueron

los problemas que le dieron origen y cuáles son los problemas que busca solucionar ahora? Para dar cuenta del marco temporal en el que emerge y se desarrolla la autoayuda y de qué manera las idas y venidas de la historia lo constituyen como género, dedicaré una parte de esta sección a reconstruir una breve genealogía de la literatura de autoayuda. Más adelante, destinaré espacio para ofrecer una delimitación teórica del objeto a partir de los aportes de diversos autores y autoras. De acuerdo con Papalini, la serialidad de su producción, la estereotipia en sus contenidos y la marcada orientación hacia el consumo manifestada en la forma-mercancía que adquieren los libros son rasgos que asocian nuestro género a la cultura de masas. Estos atributos facilitan la tarea de definir los límites del género aunque, ya lo discutiremos más adelante, la heterogeneidad es una de sus características fundamentales.

1.2.1. Breve historia interna del género

Parto de la premisa de que ningún género literario puede pensarse fuera de su contexto de producción (Bajtín, 1979). Los temas que trata la autoayuda, la manera que tiene de abordarlos y las soluciones que sugiere constituyen una trama que nos habla, antes que nada, del mundo en que vivimos. Por eso, en esta sección delinearé una breve historia interna del género que nos permita conocer las características fundacionales de los libros, las influencias que los constituyen y, también, posicionar históricamente a los integrantes de nuestro *corpus*.

La bibliografía sobre el tema coincide en considerar el origen de la literatura de autoayuda a partir de la publicación de la autobiografía de Benjamin Franklin, editada póstumamente bajo el título de *Memoires de la vie privée de Benjamin Franklin (1791)*. No obstante, el concepto de autoayuda no fue utilizado hasta la aparición del libro de Samuel Smiles titulado *Self-help (1854)*. Durante la larga etapa de nacimiento del género, que va desde el s.XVIII hasta mediados del s.XIX, la autoayuda fue expresión de una cultura del esfuerzo y del trabajo basada en una ética protestante. En el fondo de estos valores residía la creencia de que el ser humano no era malo ni bueno por naturaleza, sino que se trataba de un ser perfectible, capaz de desarrollar su máximo potencial a través de un trabajo afincado sobre el esfuerzo, la disciplina, la frugalidad y la autoinspección. De hecho, el libro de Franklin está dividido en dos partes: la primera constituye una guía moral ofrecida a su hijo con el objetivo de que alcance el éxito, mientras que la segunda es una especie de tratado sobre la virtud donde el autor expone experiencias personales. De acuerdo con Mur Effing (2009), la aparición de textos de autoayuda orientados al trabajo sobre uno mismo no puede ser pensada sin atender al proceso de construcción de la identidad norteamericana, que todavía hoy está inextricablemente ligada al género. De hecho, esta ética del trabajo inspirada por principios protestantes quedó fijada en lo

profundo de la identidad norteamericana y conserva su máxima expresión en la figura del *self-made man*.

A comienzos del s.XX, no obstante, la autoayuda comenzó a registrar algunas menciones del éxito que lo asociaban a la obtención de riqueza. Es que la sociedad norteamericana, golpeada por la Gran Depresión y sumergida en duros trabajos que no le retribuían ningún progreso, necesitaba una nueva fórmula para el éxito. La autoayuda, anteriormente centrada en una ética del carácter fundamentada sobre virtudes morales tradicionales, pasó a preocuparse por la ética de la personalidad, es decir, por las cualidades de la personalidad que parecían conllevar alguna forma de riqueza (Mur Effing, 2009). Esta etapa es considerada por Papalini (2013) como la “etapa de surgimiento” (1930-1950) ya que en ella aparecieron los primeros libros que delinearon los rasgos contemporáneos del género: *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas* (1936) de Dale Carnegie, y *La ley y el éxito* (1928) y *Piense y hágase rico* (1937) de Napoleon Hill. Estas obras pioneras se enfocaron en el arte de las relaciones públicas y en la imagen personal brindando técnicas para ganar aceptación y persuadir a otros. El corpus de esta tesina incluye un libro de cada “padre de la autoayuda”, por lo que a la hora del análisis podremos observar las características pioneras de la autoayuda con dos libros que, por más antiguos que sean, no han perdido popularidad.

Tras la 2da Guerra Mundial, el panorama norteamericano no solo se vio afectado por la ralentización del crecimiento económico, sino que la generalizada lucha contra la ansiedad llamó la atención sobre los deshumanizantes costos de mantener un estilo de vida de clase media (Mur Effing, 2009). Como respuesta, emergieron con fuerza los discursos sobre el “poder de la mente” que se plasmaron en libros como *El poder del pensamiento positivo* (1952) escrito por el pastor Norman Vincent Peale. Más tarde, estas ideas cristalizaron en una corriente conocida como *New Thought* o Pensamiento Positivo. De acuerdo con esta filosofía, el éxito, más que el fruto de un trabajo incesante, era considerado un efecto natural del pensamiento positivo. Para el *New Thought*, la mente poseía un poder material capaz de múltiples hazañas que iban desde el enriquecimiento hasta la sanación de graves enfermedades. Esta etapa es nombrada por Papalini (2010) como la “etapa de rebelión” (1950-1970) ya que la autoayuda se nutrió de corrientes críticas de los valores materialistas, adquirió un enfoque espiritual, resignificó el desgastado término “felicidad” en el sentido de bienestar interior y adoptó como fuente las reflexiones de autores/as contrahegemónicos como Herbert Marcuse, Carl Jung, James Allen, Wallace Wattles y Florence Scovel Shinn, entre otros.

La entrada en la década del 70, coronada por la crisis del petróleo y el crecimiento de la competencia en el mercado de trabajo, produjo un nuevo movimiento en nuestro género. En 1975 apareció un texto emblemático que dio un nuevo giro al pensamiento de la

autoayuda: *El tao de la física* de Fritjof Capra, que conciliaba una espiritualidad oriental con la física cuántica. A esta nueva fase Papalini (2010) la denomina “etapa de reencauzamiento” (1970-1990). En este período, la autoayuda asimiló corrientes ideológicas muy disímiles y las tradujo en técnicas para lograr una vida mejor: se recuperaron los aportes críticos de la etapa anterior, se nutrieron con cosmovisiones orientalistas y se combinaron con teorías del optimismo tecnológico. De esta manera, la autoayuda llegó a plantear que el avance de la sociedad era compatible con el progreso espiritual y a hacer de las teorías científicas más extrañas un fundamento para alcanzar el equilibrio cuerpo-mente-espíritu.

A partir de la década del '90, Papalini (2010) determina el comienzo de la “etapa de expansión” (1990-2005) de la literatura de autoayuda. En este período el género se consolidó ganando una amplia popularidad y se apuntaló como uno de los géneros más leídos y publicados de nuestro tiempo. El discurso de la autoayuda convirtió a la biografía en su principal recurso argumentativo, que se plasmó en la utilización de relatos en primera persona y en el crecimiento de las narrativas de la vida cotidiana. Esta tendencia no sólo atañe a nuestro género, sino que los “relatos del yo” proliferaron rápidamente en el discurso mediático, difundiendo testimonios fragmentados, en muchos casos excepcionales, que provocan una fácil identificación por parte de sus destinatarios/as.

A modo de síntesis, a partir de una simple revisión bibliográfica propongo pensar la historia de la autoayuda de acuerdo con cinco etapas que, influidas por grandes transformaciones sociales, llegaron a modelar la autoayuda tal y como la conocemos hoy. La primera constituye una fase preliminar (1791-1930) guiada por valores tradicionales y protestantes que instaló la idea de que el trabajo y el esfuerzo individual eran el camino hacia el progreso. La segunda es la “etapa de surgimiento” (1930-1950) en la que emergieron los primeros libros de autoayuda con características modernas de la mano de los “padres de la autoayuda”, Dale Carnegie y Napoleon Hill. Esta etapa abrió una larga tradición de literatura *managerial* enfocada en los atributos de la personalidad y en las técnicas de las relaciones públicas. La tercera etapa fue nombrada como una “etapa de rebelión” (1950-1970) ya que la autoayuda se nutrió del movimiento contracultural y formuló una crítica espiritual a los valores materialistas que habían reinado hasta ese momento. Por su parte, en la “etapa de reencauzamiento” (1970-1990) nuestro género combinó las críticas materialistas de la fase anterior con la influencia de filosofías orientales e hizo del conocimiento científico y tecnológico un fundamento de sus ideas. Por último, llegamos a la “etapa de expansión” (1990-2005) en la que el discurso de la autoayuda adoptó como instrumento principal el relato biográfico y se consolidó como uno de los géneros más convocantes de la actualidad.

1791-1930	1930 -1950	1950 -1970	1970 -1990	1990-2005
Fase preliminar	Etapas de surgimiento	Etapas de rebelión	Etapas de reencauzamiento	Etapas de expansión
Preocupación por la ética del carácter basada en valores tradicionales inspirados en el protestantismo. Valoración del trabajo y el esfuerzo como motor del progreso personal.	Preocupación por las cualidades de la personalidad que conllevan alguna forma de riqueza. Técnicas de las relaciones públicas y de la imagen personal.	Incorporación de teorías críticas y antimaterialistas. Giro hacia la interioridad. Búsqueda del empoderamiento y la autoconfianza. Adopción de la corriente del "Pensamiento Positivo" que cree en el poder mente.	Asimilación de corrientes ideológicas disímiles como el orientalismo y las teorías tecnológicas. El avance de la sociedad es considerado compatible con el bienestar espiritual. Aplicación de las capacidades personales al trabajo.	Diversificación del género hacia todas las esferas de la vida cotidiana. Proliferación de los relatos en primera persona y los testimonios de vida. "Biblioterapias" cuyo objetivo es curar los síntomas del malestar subjetivo.
<i>Memoires de la vie privée de Benjamin Franklin (1791), Self-help (1854) de Samuel Smiles.</i>	<i>Cómo ganar amigos e influir sobre las personas (1936) de Dale Carnegie, y La ley y el éxito (1928) y Piense y hágase rico (1937) de Napoleon Hill.</i>	<i>El poder del pensamiento positivo (1952) escrito por el pastor Norman Vincent Peale.</i>	<i>El tao de la física (1975) de Fritjof Capra.</i>	<i>Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus (1992) de John Gray.</i>

Actualmente, la literatura de autoayuda es tan heterogénea como sus influencias: lo nuevo se superpone a lo existente y es común descubrir reediciones de libros que circulan en contextos diferentes al de su producción. Lejos de haber perdido validez, todavía hoy encontramos libros inspirados por una fuerte religiosidad cristiana o protestante, una amplia biblioteca inspirada en filosofías orientales, literatura basada en descubrimientos de ciencias modernas como la psicología o de la neurociencia, libros que proponen ideas "antisistema" y textos que se valen de todas estas fuentes. De hecho, el armado de nuestro *corpus* contiene textos que retoman todas estas corrientes y que fueron escritos por autores/as provenientes de diferentes mundos, pero que no dejan de ser obras populares en 2024. Una de las novedades más recientes dentro del universo de la autoayuda que no ha sido mencionada en nuestra reconstrucción es la autoayuda cosmológica que se inspira en prácticas místicas como el tarot, la astrología y las constelaciones familiares. Este tipo de literatura no está incluido en nuestro *corpus* debido

a que recorrer este mundo puede ser difícil para nosotros -quienes no estamos embebidos en el tema- y a que ni el éxito ni el fracaso son objeto de preocupación específica de este subgénero.

1.2.2. Una definición de la autoayuda

Ahora, sí, enfrentémonos al problema teórico: ¿a qué nos referimos cuando hablamos de literatura de autoayuda?

Como ya anticipé, la literatura de autoayuda es un producto de la cultura de masas. Esta se distingue del arte en virtud de su heteronomía; mientras el arte es reconocido por sus aspiraciones de autonomía -es decir, por su pretensión de escapar al encorsetamiento y las reglas de un género- los textos de autoayuda comparten ciertas características que los hacen previsibles. En efecto, son estos rasgos de previsibilidad los que nos habilitan a hablar de la autoayuda como todo un género discursivo. Porque un género se sanciona por su uso y necesita de ciertas regularidades para hacerse reconocible por sus lectores/as. Papalini (2006, 2010) delinea el género de la autoayuda a partir de cuatro aspectos: un tema, un enfoque, una estructura y un estilo.

Para la autora, el eje temático que atraviesa cualquier libro de autoayuda es “el ofrecimiento de soluciones a problemas personales o de la vida cotidiana” (Papalini, 2006: 334). Si bien puede distinguirse una gran variedad de subgéneros en su interior, la solución de problemas es el tema fundamental en cualquiera de ellos. Para lograrlo, estos libros se basan en un enfoque subjetivo. En ellos, el fundamento de un cambio individual y vital es siempre una transformación subjetiva: la solución al malestar o la falta de liderazgo (o cualquier otro problema a solucionar) reside, en todos los casos, en un cambio en la percepción del individuo de sí mismo y de su entorno. Mediante la apelación a la dimensión subjetiva, “los libros de autoayuda pretenden expandir su eficacia fuera de los límites del texto” (Papalini, 2010: 154).

En cuanto a su estructura, casi todos los libros de autoayuda tienen una composición similar. De acuerdo con nuestra autora de referencia, esta puede reducirse a tres partes. En el comienzo se ubica la presentación del problema en forma de ejemplos y testimonios. Luego, estos relatos del yo son tipificados mediante operaciones discursivas que buscan borrar las huellas de singularidad de las historias y presentar cada caso como un conjunto de circunstancias que puede experimentar cotidianamente cualquier sujeto. Por último, se construye un diagnóstico y se recomiendan pasos a seguir o recetas de extrema simplicidad para solucionar el problema. Estas soluciones pueden encontrar fundamento en dos lógicas de justificación: una de tipo científico/pseudocientífico, o una de tipo religioso. A esta última la llamaremos preferentemente una “lógica espiritual”, ya que ofrece una justificación más laxa que la de una doctrina religiosa. Este punto es

importante porque ambas lógicas justificativas pretenden alcanzar cierto grado de universalidad y funcionar como instrumentos de persuasión del enunciatario más allá de su creencia o no en una doctrina en particular.

Por último, Papalini (2010) sostiene que la autoayuda se caracteriza por un estilo que lo distingue de otros géneros del “espacio biográfico”. En primer lugar, al apoyarse en testimonios, descartan todo lo que tienen de excepcional y, en cambio, destacan lo que es igual en todos ellos. En segundo lugar, los testimonios pertenecientes a los/as autores/as, lejos de buscar enaltecerles, tienen la intención de justificar o enfatizar algún rasgo de la terapia propuesta. En tercer lugar, los testimonios tienen una intencionalidad pedagógica que busca torcer el relato del “yo” al “tú”, generando identificaciones con quienes leen. En cuarto lugar, la situación de enunciación que define a la autoayuda está signada por el uso preeminente de la función conativa o apelativa que produce un efecto empoderador bajo la consigna del “tú puedes”. Por último, otro rasgo característico de la autoayuda es la redundancia, una insistencia marcada sobre un mismo manojo de ideas que se repite a través de todo el texto.

En virtud de estas características, Papalini (2006) sostiene que no pueden ser considerados dentro del género los libros prácticos -como guías para padres, de sexualidad, cocina, entre otros- así como los libros moralizantes y ejemplificadores o las frases dedicadas a la meditación dado que presentan un discurso legitimador débil y no persiguen el objetivo de generar un cambio instrumental y profundo de la existencia.

Si bien la caracterización de Papalini es la más completa y la más aceptada dentro de las investigaciones sobre el tema, me parece importante mencionar otras definiciones que pueden completar lo presentado hasta aquí. Los aportes efectuados desde la filosofía política (Souroujón, 2009) indican que el rasgo central que define a esta literatura es su apelación al ideal de la autenticidad roussoniano, pero truncado. Se trata de una autenticidad autorreferencial que carece de anclajes externos y encuentra la oportunidad de la realización en un repliegue hacia la interioridad del sujeto y en la negación de toda exigencia de parte de un otro. En cambio, desde la sociología, Ampudia de Haro (2006) considera un rasgo axial de este tipo de literatura el “desdoblamiento reflexivo de la persona” que es convertida en sujeto de ayuda y en objeto ayudado a la vez; es decir, en receptor y emisor de la ayuda.

Ante estas definiciones, cabe hacer un reparo: la diversidad es, desde mi punto de vista, un rasgo innegable de la literatura de autoayuda. En primer lugar, se trata de una diversidad temática de la que nacen subgéneros: podemos encontrar libros de gestión empresarial o de autoayuda financiera, otros más orientados hacia la espiritualidad y la interioridad de la persona, otros que buscan abordar la dimensión relacional y guiar la manera en que nos vinculamos, entre tantos otros. En segundo lugar, cada uno de estos

subgéneros puede recurrir a una lógica de justificación diferente: encontramos libros espirituales que se fundamentan en la neurociencia, textos de *management* que retoman principios orientales, bibliotecas enteras sobre relaciones personales abordadas desde el mundo holístico de las constelaciones familiares, obras sobre finanzas que encuentran legitimidad en valores religiosos. En tercer lugar, la diversidad se expresa también en los formatos que adquieren los libros: algunos tienen la estructura de una novela, otros se presentan como obras de divulgación científica, algunos son una compilación de biografías, otros son verdaderos manuales prácticos que dejan espacios en blanco para que su lector/a pueda registrar sus avances. En fin, una verdadera ensalada.

Toda esta diversidad hace que los esfuerzos teóricos de los investigadores no sean más que límites artificiales impuestos por el oficio. De hecho, los libros de autoayuda son agrupados en las librerías bajo categorizaciones equívocas que no incorporan siquiera la palabra autoayuda: “orientalismo”, “espiritualidad”, “biografías”, “esoterismo”, “economía y finanzas”, “bienestar y salud” o el más ambiguo “desarrollo o superación personal”. Por todas estas razones, antes que adherir a una definición estricta y limitante construida desde el pedestal del investigador, considero más valioso abrir la mirada y observar las distintas modalidades en la que estos libros circulan en el mundo social.

Además de las dificultades categorizadoras, es preciso advertir que la autoayuda “no se refiere solo a un repertorio de libros, sino a un conjunto de prácticas y de ideas que circulan socialmente y que son celebradas por los medios masivos” (Papalini, 2013: 166). Desde las páginas de los libros, el discurso de la autoayuda ha migrado a nuevas prácticas sociales que incorporan su retórica tales como el ejercicio de nuevas espiritualidades, las terapias alternativas, el coaching, la gestión empresarial, los manuales para padres, los juegos de mesa, las novelas alegóricas, las guías de meditación y el discurso *New Age* que coloniza las redes sociales. En este sentido, dedicarse al estudio de la autoayuda no implica atender únicamente a un fenómeno editorial, sino que nos obliga a reflexionar sobre una forma particular de discursividad que se destaca por su pregnancia contemporánea, su capacidad de atravesar fronteras y su consumo por parte de sectores sociales y culturales de lo más diversos, más allá del formato que adquiera.

1.3. Antecedentes

El crecimiento de la literatura de autoayuda en el mercado editorial fue acompañado por la proliferación de investigaciones académicas sobre el tema. Todas ellas toman como punto de partida el abordaje de la literatura de autoayuda como un “fragmento de la semiosis” (Verón, 1998), es decir, como un discurso que no puede ser nunca analizado

en sí mismo, sino que debe ser abordado siempre en relación con las configuraciones sociales que constituyen su contexto de producción y que quedan plasmadas inevitablemente en él. En este sentido, mi recorrido bibliográfico sobre el tema me permite destacar tres procesos sociales con los que se ha vinculado estrechamente al género de la autoayuda y en el marco de los cuales se ha explicado su contenido y su desarrollo: la cultura de masas, la cultura terapéutica y las transformaciones hacia la modernidad reflexiva (Giddens, 1994).

1.3.1. La autoayuda y la cultura de masas

En primer lugar, agrupo aquellos trabajos que reflexionan sobre la literatura de autoayuda como un producto de masas. La autoayuda pertenece a la cultura de masas en tanto comparte con ella sus rasgos característicos: “la serialidad de su producción, la estereotipación de sus contenidos y una decisiva orientación hacia el consumo” (Papalini, 2006: 333). De acuerdo con Mendes y de Oliveira (2014), estos libros constituyen, antes que objetos de la cultura, mercancías de la industria cultural. De hecho, etiquetar a estas obras como *bestsellers* implica un enfoque económico que las convierte en una mercancía y, por lo tanto, en un negocio. Vale aclarar que la pretensión de contabilizar los ejemplares vendidos es relativa ya que los títulos contemplan trayectorias disímiles: mientras algunos libros venden muchos ejemplares y se extinguen rápidamente, otros perduran a través de los años con ventas más moderadas.

Lo que queda claro es que la colocación del libro en el mercado constituye una preocupación central para este género. En este sentido, Peredo Merlo (2012) destaca los libros de autoayuda “no sólo por su contenido (...), sino por la estrategia de marketing que los acompaña” (14). La autora denuncia la existencia de un aparato mercadotécnico para la promoción de los libros de autoayuda que combina diversas estrategias de publicidad: el anuncio de que se trata de un libro de varias reimpresiones o que ha dado soluciones a muchas personas con anterioridad, la descripción de los temas que trata el libro elaborada por el aparato comercial con el objetivo de impresionar y seducir al público lector, y la construcción de autores/as-marca que son grandes referentes del género y venden sus libros a partir de sus propios nombres.

Partiendo de la consideración de la autoayuda como un producto de la industria cultural, es posible reconocer dos enfoques: trabajos que se preocupan por analizar la propuesta de los libros, e investigaciones centradas en su recepción.

Desde la mirada de la producción, se alza una tradición que busca identificar las regularidades en las formas discursivas de la autoayuda a partir del análisis de un *corpus* (Mendes y de Oliveira, 2014; Gutiérrez Giraldo, 2014; Aranha y Carvalho, 2015, Papalini, 2010). Las conclusiones de estos trabajos sostienen que el enunciador de la autoayuda

se caracteriza por la construcción de un *ethos* doble. Por un lado, un *ethos* de autoridad construido a partir de un enunciador que, como propiciador de consejos, aparece convencido de lo que dice. La legitimidad es obtenida, como ya mencioné anteriormente, a partir de la invocación de saberes que pueden provenir del campo científico o del campo espiritual (Papalini, 2006). Pero, además, el enunciador de la autoayuda produce “efectos de espontaneidad” que contribuyen a delinear una escena de intimidad y amistad con su lector/a (Aranha y Carvalho, 2015). En todos estos trabajos, la tensión entre distintos grados de distancia entre el enunciador y el enunciatario (más lejana para crear autoridad y más cercana para crear intimidad) aparece como una característica retórica fundamental de la literatura de autoayuda.

También desde el lado de la producción del discurso es posible mencionar una larga lista de trabajos que se dedican a analizar los sentidos que construyen los libros. Han sido objeto de indagación la “resiliencia” (Martínez Guzmán y Medina Cárdenas, 2021), la “libertad financiera” (Fridman, 2019), el “emprendedurismo” (Nicoli y Paltrinieri, 2019), la “autenticidad” (Souroujón, 2009) y la más que estudiada “felicidad” (Bejar, 2015; Medina Cárdenas, 2019; Papalini, 2008, Binkley, 2011).

Mientras estos/as autores/as abordan el fenómeno desde el campo del análisis del discurso preguntándose por la propuesta de los textos, hay otras que abordan el fenómeno desde su contracara: la recepción e interpretación que quienes leen realizan de él (Canavire, 2013, 2014; Pizarro Romero, 2016). Canavire (2013) sostiene que, lejos de constituir un campo de repliegue íntimo, la lectura es “una práctica generadora de intercambios sociales” (p.49) en tanto los libros de autoayuda llegan a sus destinatarios tejiendo redes con familiares e incluso desde el ámbito público. Basándose en entrevistas en profundidad realizadas a lectores/as habituales de la ciudad de San Salvador de Jujuy, la autora recupera las interpretaciones que la audiencia realiza de la autoayuda. No obstante, el hallazgo más destacable de los trabajos de Canavire es el hecho de que este género funciona como un puente entre la práctica social de la lectura y la consulta psicoterapéutica. El discurso de la autoayuda divulga un conocimiento informal de las obras de psicología que le permite popularizar el conocimiento científico y hacerlo accesible para todos.

1.3.2. La autoayuda y la cultura terapéutica

En segundo lugar, reúno los trabajos que, siguiendo a Illouz (2010), ubican a la autoayuda como un elemento más de construcción de la “cultura terapéutica” (Rose, 1989; Papalini, 2013; Medina Cárdenas, 2019). De acuerdo con Papalini (2013), “se conoce con el nombre de cultura terapéutica o ‘psi’ la extensión y vulgarización de saberes, técnicas y

recursos de apoyo subjetivo que están inmediatamente disponibles en la sociedad y a los que se accede sin la intervención de un dispositivo experto” (p.171).

En este sentido, los libros de autoayuda consolidan un proceso de “revitalización de la psicología” (Ampudia de Haro, 2006) iniciado a fines del siglo XX, que tiene como desenlace el desplazamiento del psicoanálisis y la teoría conductista y la imposición de los principios de la Psicología Positiva -o *New Thought*- en el seno de la disciplina (Bejar, 2015). A diferencia del programa freudiano que sostiene que la vivencia traumática y emocional deja una huella indeleble en la vida del individuo condicionando su pensamiento y su accionar, la Psicología Positiva enfatiza el libre albedrío invirtiendo el orden de las influencias y sosteniendo que el pensamiento puede transformar las formas de sentir y, en consecuencia, las de actuar. Al mismo tiempo, esta corriente se opone al conductismo afirmando que la conducta no es lo único analizable, sino que el principio explicativo es la mente y que ella es tan accesible como el universo de las prácticas. Influenciados por esta tradición, los libros de autoayuda invitan a su lector/a a realizar un minucioso trabajo sobre su pensamiento poniendo en marcha un conjunto de técnicas de autoinspección a través de las cuales promete un mayor bienestar.

Los/as autores/as que agrupo aquí, concluyen que la difusión de este tipo de conocimiento banalizado de la psicología convierte a la literatura de autoayuda en una “biblioterapia” (Papalini, 2010) apta para todo público. Desde sus miradas, los libros terapéuticos fomentan la individualización ya que privatizan el malestar e invitan a tramitar el dolor sin buscar la ayuda de un otro. Al impulsar un tratamiento fundamentalmente subjetivo las biblioterapias logran un efecto analgésico, son efectivas para calmar los síntomas, pero inútiles a la hora de dar una solución duradera a las causas sociales -y por lo tanto, externas y colectivas- de ese malestar.

1.3.3. La autoayuda y la segunda modernidad

En tercer y último lugar, destaco de la revisión bibliográfica un conjunto de trabajos que analizan la literatura de autoayuda en el contexto de las transformaciones atravesadas por las sociedades modernas a partir del último cuarto del s.XX. En consonancia con el viraje hacia un capitalismo financiero y global, Boltanski y Chiapello (2002) postulan la aparición de lo que denominan, siguiendo la tradición weberiana, el “tercer espíritu del capitalismo”. Cuando hablan del “espíritu del capitalismo”, Boltanski y Chiapello se refieren al sistema de creencias que justifica el orden capitalista y que ofrece legitimidad a los modos de acción y las disposiciones que son coherentes con él. Conforme el capitalismo ha innovado en sus estrategias para lograr la acumulación, se ha dado también una transformación moral que se registra en un nuevo espíritu de época del que los libros de autoayuda serían una clara expresión (Medina-Vincent, 2020). Desde este

punto de vista, la literatura de autoayuda es desnudada de toda espontaneidad y presentada como una herramienta de reproducción del orden dominante así como un dispositivo de subjetivación acorde al capitalismo contemporáneo. Partiendo de esta premisa, distingo entre los artículos relevados una bifurcación en relación con la perspectiva teórica adoptada.

Desde una perspectiva elisiana, existe un grupo de autores y autoras que asemejan los libros de autoayuda con los viejos manuales de buenas maneras analizados por Elías (1982, 1987) en sus obras clásicas. Estos trabajos sostienen que la autoayuda construye en sus páginas un “código de la civilización reflexiva” (Ampudia de Haro, 2006) o un “código psicológico positivo” (Bejar, 2011) que opera como un dispositivo de conducción de la conducta y de la subjetividad y que logra divulgar las pautas de acción que se proponen como exitosas en el marco de la modernidad reflexiva (Giddens, 1994).

Optando por una aproximación diferente, los trabajos de Ampudia de Haro (2006), De la Fabian Albagli y Sepúlveda Galeas (2018), Martínez Guzmán y Medina Cárdenas (2021), Nepomiachi (2014) y Fridman (2019) ubican la literatura de la autoayuda en el marco de los hallazgos realizados por un grupo de autores denominados “anglofoucaultianos” (Grinberg, 2007; Papalini, Córdoba y Marengo, 2012; Haidar, 2009). Desde esta tradición, heredera de las teorías de la gubernamentalidad del último Foucault, los libros de autoayuda son pensados como una “tecnología del yo” (Foucault, 2008), es decir, como dispositivos a través de los cuales los individuos efectúan por cuenta propia un conjunto de operaciones sobre su cuerpo, su alma, su pensamiento y su conducta. La aparición de estas tecnologías de gobierno “autoaplicadas” permite inaugurar una nueva forma de control suave e imperceptible que produce sus efectos a través de una autogestión funcional a la reproducción del presente.

1.4. El aporte de esta tesina

Esta tesina, lejos de deshacerse de esta herencia, se propuso continuarla. Considero que el discurso debe ser analizado necesariamente en su contexto de producción y, por ello mismo, en relación con los tres procesos antes mencionados: la formación de una cultura de masas, la popularización del discurso “psi” y los cambios hacia la modernidad reflexiva. Olvidar alguno de estos marcos implicaría abandonar una postura que permita vincular el análisis discursivo a procesos que estructuran las relaciones humanas.

No obstante, esta tesina se distingue de los antecedentes anteriormente recuperados, realizando aportes en tres dimensiones: metodológica, de enfoque y de temática. En primer lugar, esta investigación buscó aportar una especificidad metodológica. En este

sentido, se distinguió de posicionamientos filosóficos como los de Souroujon (2009), comunicacionales como los de Canavire (2013, 2013/2014), y teóricos-caracterizadores como los propuestos por Papalini (2006, 2010, 2013). Asimismo, no tuvo la pretensión de describir la autoayuda como un fenómeno estrictamente editorial como es el caso de Peredo Merlo (2012) ni tuvo el tiempo para realizar un trabajo etnográfico como el que llevó dos años a Fridman (2019).

Esta tesina guarda mayor cercanía con los trabajos citados anteriormente que partieron del análisis de un *corpus*. Por un lado, me propuse alcanzar un análisis que releve los sentidos construidos por los textos acerca del “éxito” y el “fracaso”. Por otro lado, decidí un abordaje desde el análisis del discurso con el fin de detenerme en las especificidades de la discursividad. No obstante, esta tesina complementó el Análisis del Discurso Francés, tan explorado ya por quienes fueron citados, con el Análisis Crítico del Discurso y su concepción del discurso como práctica textual, discursiva y social (Fairclough, 1989, 2001). Este enfoque me habilitó a distinguirme de otros trabajos y a lograr un acercamiento propiamente sociológico que encuentra en el análisis del discurso una ventana de entrada para comprender las estructuras sociales contemporáneas.

Además de un aporte metodológico y de enfoque, esta tesina produce un aporte temático ya que se pregunta por dos objetos discursivos que carecen de un análisis profundo en las obras reseñadas. El éxito y el fracaso no han sido trabajados en las investigaciones recopiladas más que subsidiariamente. El único texto relevado que analiza con profundidad las representaciones del éxito y el fracaso es el de Gutiérrez Giraldo (2016) pero lo hace a partir de libros de autoayuda utilizados en aulas universitarias. En ese sentido, el aporte de esta tesina es dar cuenta de la concomitancia de las representaciones del éxito y el fracaso que aparecen en la autoayuda al analizar las coincidencias de sentido encontradas en un *corpus* amplio y heterogéneo. El hallazgo de similitudes en cómo son representados el éxito y el fracaso en distintos ámbitos de la vida me permitió inferir que estos sentidos forman parte de un horizonte moral de nuestro tiempo, que atraviesan de forma transversal a nuestras sociedades y que deben ser tenidos en cuenta como factor para explicar otros procesos sociales.

CAPÍTULO 2

Presentación del *corpus*

2.1. Los criterios de construcción

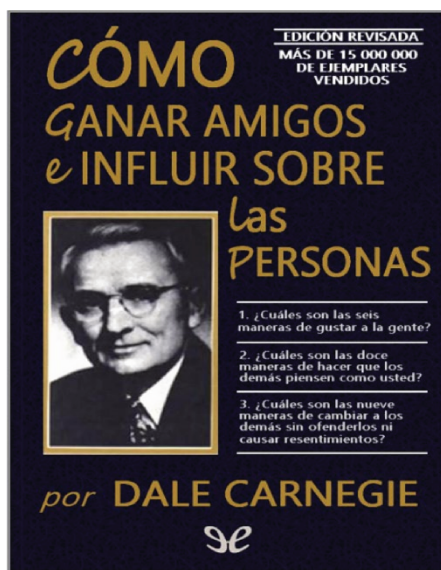
Antes de sumergirnos en el análisis discursivo, es necesario conocer cada una de las obras que integran el *corpus*. En esta sección, describiré brevemente la temática y la estructura de cada libro, introduciré a su autor, fundamentaré su pertinencia contemporánea e indicaré cuál es la utilidad que reporta para este análisis.

Para la selección de los libros tomé en cuenta tres criterios. El primero fue de *cantidad*. El *corpus* está integrado por 10 libros, ya que consideré que era un número suficiente para lograr la saturación teórica de los objetos discursivos, y alcanzar la extensión y la profundidad requerida por una tesis de grado en un marco temporal acotado. El segundo criterio fue de *pertinencia*. Para cumplirlo, seleccioné libros que contuvieran en su título o subtítulo las palabras “éxito” o “fracaso”. De esta manera, garanticé que la tesina pudiese abordar los objetos discursivos de su interés previamente a la lectura de los textos. Por último, incorporé un criterio de *heterogeneidad* para poder abordar el éxito y el fracaso con la amplitud en que son representados por la autoayuda. La heterogeneidad es, en primer lugar, de *subgénero* ya que seleccioné libros de 1) superación personal y liderazgo, 2) autoayuda financiera, y 3) bienestar interior. En virtud de esto, el *corpus* me permitió distinguir diferencias de sentido pero también delinear un significado general de lo que son el éxito y el fracaso para la literatura de autoayuda, sin importar sus ámbitos de aplicación. En segundo lugar, la heterogeneidad del *corpus* atiende al *origen de su productor*, ya que incorporé libros de autores argentinos y de autores estadounidenses, todos ellos de circulación local, por supuesto. Gracias a esto, pude distinguir entre sentidos construidos desde contextos profundamente diferentes y señalar las dificultades o, por el contrario, la facilidad, que tiene la autoayuda para atravesar fronteras. Por último, la heterogeneidad es también *temporal*: incorporé libros que se consideran pioneros del

género, pero también libros de reciente publicación. Esto me permitió encontrar en los textos las huellas de las transformaciones sociales que marcan nuestra historia, como, por ejemplo, el desplazamiento desde un capitalismo industrial hacia un capitalismo financiero.

Teniendo estos criterios en cuenta, el *corpus* quedó integrado finalmente por estos 10 libros: 1) *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas* de Dale Carnegie, 2) *Piense y hágase rico* de Napoleon Hill, 3) *El lado positivo del fracaso* de John Maxwell, 4) *Mindset* de Carol Dweck, 5) *Fracasos exitosos* de Bernardo Stamateas, 6) *Cómo fracasar con absoluto, rotundo y total éxito* de Hernán Schuster, 7) *Tu mejor versión* de Emmanuel Cestaro, 8) *Historias de éxito* de Robert Kiyosaki, 9) *#ArgenPlata* de Julieta Tarrés, y 10) *10 secretos para alcanzar el éxito y la paz interior*, de Wayne Dyer. Veámoslos uno por uno.

2.2. Nuestros libros pioneros



Cómo ganar amigos e influir sobre las personas

Dale Carnegie

Fecha de publicación: 2022 [edición revisada en 1981])

Editorial: epublibre

Publicación original: "How to win friends and influence people" de Simon & Shuster, 1936.

Dale Carnegie, el autor de este libro, nació en Missouri, Estados Unidos, en 1888. Creció en una familia de granjeros pobres y fue fuertemente influenciado por la comunidad religiosa de su ciudad. Tras una breve experiencia inicial como vendedor en su comunidad, se mudó a Nueva York para estudiar teatro donde convenció a administradores para que lo dejaran dar cursos sobre cómo hablar en público. Conforme sus conferencias comenzaron a ganar adeptos y a darle un ingreso, decidió cambiar el pronunciamiento de su nombre desde Carnegie a Carnegie para aprovechar la popularidad de la que gozaba el magnate del acero Andrew Carnegie con quien no estaba relacionado en forma alguna pero cuyo nombre era reconocido y reverenciado gracias a

su éxito. De esta manera, Dale Carnegie puede considerarse un pionero en el género de la autoayuda, pero también un adelantado en términos de las estrategias mercadotécnicas que caracterizan a estos libros. Carnegie murió en 1955 dejando una vasta obra dedicada a la autoayuda.

Cómo ganar amigos e influir sobre las personas es reconocido como un texto pionero dentro del género de la autoayuda. Con esto quiero decir que se trata de uno de los primeros libros en delinear las características del género tal y como las conocemos actualmente. Si bien algunos de los contenidos del libro pueden haber perdido vigencia, sus enseñanzas centrales y, fundamentalmente, las estrategias retóricas y narrativas que utiliza continúan teniendo pregnancia en la actualidad, lo que provoca que este libro, escrito originalmente en 1936, sea todavía una lectura frecuente entre quienes se sumergen en el desarrollo personal. La incorporación de este libro perteneciente a la etapa pionera de la autoayuda (Papalini, 2010) tiene el objetivo de responder a una pregunta de carácter histórico de esta tesina: ¿cuánto ha cambiado la autoayuda con el paso del tiempo?, ¿qué preocupaciones marcan sus inicios?, ¿cuáles son las diferencias entre la manera de comprender el éxito en el período de entreguerras estadounidense y el actual?, ¿qué sentidos siguen vivos y cuáles mutaron? Junto con su coetáneo, *Piense y hágase rico* de Napoleon Hill, este libro contribuirá a darle una perspectiva histórica al análisis.

El ejemplar que seleccioné fue publicado en 2022 por la biblioteca digital Epublibre. Corresponde a una edición revisada del libro original de 1981. En el prefacio consta una nota de *Dale Carnegie & Associate Inc.* que expone el proceso de actualización de la obra y asegura que dos tercios del libro han permanecido intactos. Sin embargo, reconoce que se modificaron algunas referencias que hoy no son conocidas y algunas palabras que han caído en desuso para actualizar las enseñanzas de Dale Carnegie, cuya filosofía -afirman- “no ha envejecido”.

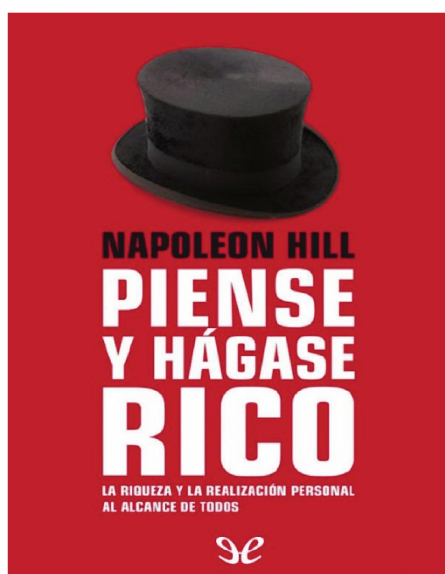
Luego de este prefacio que funciona como nota de los editores, el libro sigue con un prólogo donde el mismo autor expone las razones que han motivado su obra. Fundamentalmente, el autor explica que lo empujó el interés por hacer algo que todavía no estaba hecho y que se mostraba imprescindible: crear un manual práctico y aplicable sobre las relaciones humanas. Esta inquietud lo llevó a una larga investigación bibliográfica sobre el tema, a la lectura de múltiples biografías de personajes heroicos y a entrevistar a famosos triunfadores. Con todo este material, preparó primero una charla que desembocó, luego, en este libro, el material natural que se anexaría a sus conferencias para acompañar a los futuros líderes. Por eso, después de este prólogo escrito por el autor, el libro continúa con una sección titulada “Nueve sugerencias sobre

la manera de obtener un mayor beneficio de este libro” y enumera, lógicamente, nueve operaciones para hacer más eficiente la lectura del material.

Luego de esta introducción, el libro agrupa sus capítulos en cuatro partes: 1) “Técnicas fundamentales para tratar con el prójimo”; 2) “Seis maneras de agradar a los demás”; 3) “Logre que los demás piensen como usted”; y 4) “Sea un líder. Cómo cambiar a los demás sin ofenderlos ni despertar resentimiento”. Cada uno de los capítulos que componen las partes tiene la particularidad de finalizar con una regla que es destacada en negrita.

Por último, el libro cierra con un capítulo escrito por el escritor estadounidense Lowell Thomas que cuenta la historia de Dale Carnegie y de su libro. En la versión original, este capítulo se ubicaba al principio para introducir al autor; en la versión revisada se ubica al final y es seguido por una biografía clásica de autor.

Actualmente, el Método Dale Carnegie se ha convertido en un programa estandarizado impartido por entrenadores franquiciados a lo largo de todo el mundo. Este se inspira en tres libros fundantes del autor: *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas* (1936), *Cómo dejar de preocuparse y empezar a vivir* (1948) y *La forma rápida y fácil de hablar efectivamente* (1962). A partir de estos cimientos, el curso ha ampliado sus contenidos. En Argentina, los talleres de Dale Carnegie pueden realizarse de manera virtual o presencial en CABA, se ofrecen de distintas temáticas y de diversas duraciones. Estos talleres y los libros que han sido editados múltiples veces son, junto al trabajo realizado por su esposa Dorothy (quien también ha sido autora de sus propios libros), las razones por las que el imperio fundado por Carnegie sigue vivo a 69 años de su fallecimiento.



Piense y hágase rico

**La riqueza y la realización personal al
alcance de todos**

Napoleon Hill

Fecha de publicación: 2016

Editorial: epublibre

Publicación original: “Think and grow rich” de Ralston
Society, 1937.

Napoleon Hill es el segundo autor que, junto a Dale Carnegie, contribuyó al surgimiento del género de la autoayuda (Papalini, 2010). Sus libros *La ley del éxito* (1928) y *Piense y hágase rico* (1937) pueden ser pensados como obras pioneras.

Según su autor, *Piense y hágase rico* es el fruto de una tarea de investigación de veinte años llevada a cabo por él mismo después de que Andrew Carnegie -el magnate del acero- le revelara el secreto de su éxito y le pidiera que trabajara para transmitirlo. A raíz de este pedido, Hill declara haber entrevistado a alrededor de 500 personas exitosas y haber corroborado la efectividad del “secreto” de Carnegie. Este secreto es transmitido a lo largo de todo el libro pero “no se lo nombra directamente, ya que parece funcionar con más éxito cuando se lo descubre y surge evidente, cuando quienes están preparados pueden captarlo en su búsqueda”, según declara el autor en su prólogo. A pesar de este resguardo, el secreto del que habla Hill no es otro que el que figura como título del libro: que todo logro tiene su origen en una idea o que hay que “pensar para hacerse rico”. Esta constituye la base de la Psicología Positiva, corriente que abona el terreno de la autoayuda sosteniendo que la mente es tan accesible como el mundo de la práctica y que es el principio de la explicación sobre la conducta y el sentir. De acuerdo con esta corriente transformar los modos de pensar no sólo es posible sino que alterar los patrones mentales es esencial para generar un cambio tangible en nuestra realidad, ya que nuestra percepción del mundo influye directamente en nuestras acciones y sus consecuencias.

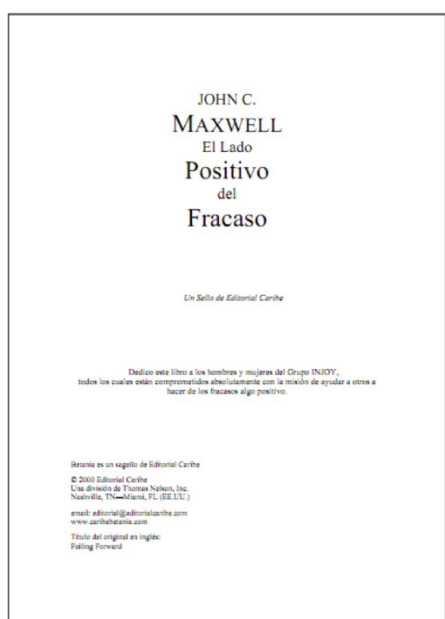
Napoleon Hill, el autor de la obra, nació en Virginia, Estados Unidos, en 1883. La biografía de Hill reúne un conjunto de experiencias de negocios fallidas como la fundación de una maderera, la creación de una escuela de armado de autos y su desempeño como decano de una universidad de publicidad. Como consecuencia de estos primeros años de su vida, nuestro autor acumula varias acusaciones, entre ellas, autodenominarse “abogado de la ley” a pesar de no haber finalizado sus estudios como abogado ni haber prestado nunca servicios legales, ser autor de fraudes y estafas con sus negocios o declarar haber sido asesor de presidentes como Woodrow Wilson o Theodor Roosevelt aunque no se haya encontrado registro de su actividad en la Casa Blanca. Esta reconstrucción, lejos de buscar desprestigiar al autor, intenta dar cuenta de una biografía sinuosa y controvertida pero que no duda en destacarlo como escritor, especialmente a partir de su obra *Piense y hágase rico*, que fue publicada exitosamente en 1937 y lo ha inmortalizado como referente del género. El autor murió en 1970.

La obra que seleccioné para el análisis es *Piense y hágase rico* debido a la pregnancia que mantiene en la actualidad. Utilicé un ejemplar digital de la biblioteca Epublibre publicado en 2016. El libro comienza con un prólogo del editor y luego con un prólogo escrito por el mismo autor. Luego se organiza en quince capítulos, el primero de

introducción, trece que ofrecen trece “pasos hacia la riqueza” y un capítulo final. Al final del libro encontramos una breve biografía del autor.

Actualmente la obra de Napoleon Hill sigue viva gracias a la reedición de sus libros, a la publicación de obras inéditas como *Burlar al Diablo* (supuestamente escrita en 1938 y ocultada por su familia por 62 años), y a la actividad de la *Napoleon Hill Foundation* que ofrece certificación para quienes quieren convertirse en *coaches* según los principios del autor.

2.3. Nuestros libros de desarrollo personal



El lado positivo del fracaso

John C. Maxwell

Fecha de publicación: 2000

Editorial: Editorial Caribe

ISBN: 0-88113-588-7

Publicación original: “Failing Forward” de Thomas Nelson, Inc, 2000.

Este libro fue publicado en el 2000 por la editorial estadounidense Thomas Nelson, Inc. Se trata de una editorial nacida en Escocia en 1798 que se trasladó a Estados Unidos a principios del siglo XIX convirtiéndose en una de las editoriales cristianas más grandes del país. A fines de siglo, expandió su catálogo a obras de autoayuda y desarrollo personal. En 1988 la editorial fue adquirida por Nelson Holdings y, tras incorporar a la editorial World Publishing se convirtió en la editorial cristiana más grande del mundo. En 2012 se fusionó con Harper Collins creando Harper Collins Christian Publishing. Actualmente mantiene su foco en libros cristianos, de desarrollo personal y de crecimiento espiritual. La edición que analizamos corresponde a su edición en español a cargo de Editorial Caribe.

John C. Maxwell, el autor del libro, es un escritor y conferencista de 77 años nacido en Michigan, Estados Unidos. Estudió en la *Ohio Christian University*, luego logró una Maestría en Divinidad por la *Azusa Pacific University* y un Doctorado en Teología en el

Seminario Teológico Fuller. Entre 1969 y 1995, Maxwell fue pastor, llegando a ser el pastor principal de la *Skyline Church* de San Diego. Su preocupación por el liderazgo lo llevó a abandonar su carrera como pastor para dedicarse a dar conferencias y crear material para la formación de líderes. Con ese objetivo creó el Grupo Injoy, al que se refiere en el libro que nos interesa, una empresa destinada a distribuir recursos sobre liderazgo a pastores y líderes laicos de todo Estados Unidos. El crecimiento de la compañía la transformó en la actual *The John Maxwell Company* que amplió su material también a líderes empresariales.

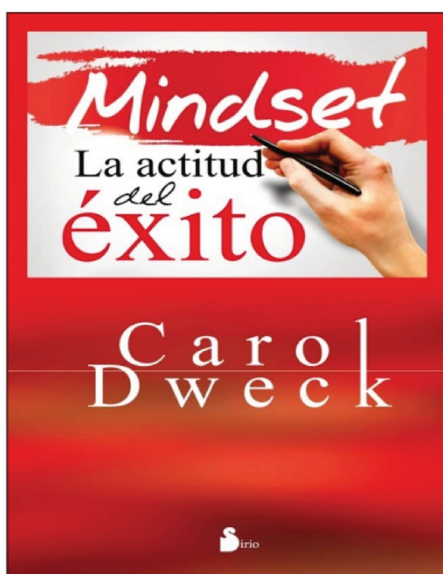
Más tarde, fundó junto con su hermano la organización sin fines de lucro, EQUIP, que buscó capacitar líderes a lo largo y ancho del mundo y que actualmente ha crecido hasta convertirse en *The John Maxwell Leadership Foundation*. En 2011, lanzó junto con dos socios *The John Maxwell Team*, una empresa internacional que brinda certificación en coaching.

Además de ser conocido por estas organizaciones, Maxwell es reconocido como autor. Ha publicado más de 80 libros, entre ellos, *Desarrolle el líder que está en usted* (1993), *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo* (1998) y *Las 21 cualidades indispensables de un líder* (1999). Entre sus últimas publicaciones encontramos *Change your world* (2021), *The self-aware leader* (2021), *The 16 undeniable laws of communication* (2023) y *High Road Leader* (2024). Su prolífica obra lo ha llevado a posicionarse en la lista de *bestsellers* del *New York Times* y a recibir premios y distinciones.

A pesar de sus 77 años, John Maxwell cuenta con una importante presencia en redes sociales. En enero de 2011 su compañía se unió a Youtube bajo el nombre @MaxwellLeadershipOfficial donde cuenta con 1.700 videos publicados y 224.000 suscriptores. En agosto del mismo año creó su cuenta de X (antes Twitter) donde tiene 163.108 seguidores. Sus fundaciones y él mismo tienen presencia también en Facebook pero es en Instagram, probablemente, donde mejor alcance tiene: desde 2012 hasta hoy cosechó 1.5 millones de seguidores en su página personal @Johncmaxwell. Actualmente es posible encontrar sus enseñanzas en formato podcast.

Si examinamos sus redes sociales, podríamos distinguir entre tres tipos de contenido. En primer lugar, los típicos videos (más cortos o más largos) donde expone sobre diversas aristas del liderazgo. En segundo lugar, podemos encontrar en Instagram una gran cantidad de publicidades acerca de sus productos: indicando cuándo abren las inscripciones a su certificación en coaching, anunciando su aparición en multitudinarios eventos de conferencias, el lanzamiento de un nuevo libro o de un capítulo de su podcast. Por último, el autor publica placas con citas propias de alta pregnancia probablemente con la finalidad de que sean rápidamente replicadas por sus seguidores como contenido motivacional.

En cuanto a *El lado positivo del fracaso*, el libro que nos ocupa, es posible decir que se trata de uno de sus libros más antiguos y famosos. De hecho, este libro es citado por otro autor de nuestro *corpus*, el argentino Stamateas. En sus páginas Maxwell ya declara haber fundado el Equipo INJOY y producir materiales para la formación de líderes tales como libros, conferencias, videos de entrenamientos y lecciones grabadas en casetes. De las experiencias vividas con esta empresa el autor extrae numerosos ejemplos. El libro está organizado en dieciséis capítulos estructurados en cinco títulos: 1) “Cómo ser un real triunfador”, 2) “Redefinamos éxito y fracaso”, 3) “¿Está usted dispuesto a cambiar?”, 4) “Trate al fracaso como un amigo”, y 5) “Aumente sus posibilidades de éxito”. Cada uno de los capítulos recoge al menos una historia que ilustra la lección que el autor busca instruir y se ve interrumpido numerosas veces por cuadros que resaltan frases de personalidades famosas y no tan famosas. Además, los quince primeros capítulos tienen una estructura similar: comienzan con una cita de algún referente y finalizan con un ejercicio práctico para que su lector/a se entrene y una frase que sintetiza la enseñanza del capítulo. Estas frases se acumulan a lo largo del libro y terminan construyendo una guía de quince “pasos hacia el lado positivo del fracaso”. El último capítulo, le indica a su lector/a que está listo para transformar sus fracasos en victorias.



Mindset

La actitud del éxito.

Carol Dweck

Fecha de publicación: 2016

Editorial: Editorial Sirio, S.A. (España)

ISBN: 978-84-17030-490

Publicación original: Mindset: The new psychology of success, Random House, 2006.

Este libro fue publicado por la autora originalmente en 2006 en Nueva York con la editorial Random House. La edición que analizamos, sin embargo, corresponde a la publicación realizada por la editorial Sirio en 2016. Sirio, S.A. es una editorial española fundada en 1983 que opera actualmente en 15 países, entre los que se cuenta la Argentina. Sirio se especializa en la publicación de títulos clásicos y contemporáneos cuyo denominador común es abordar temáticas alternativas, “siempre teniendo como meta el desarrollo

integral del ser humano en sus tres aspectos: físico, mental y espiritual” (según su presentación en la página web de Fundación El Libro: <https://www.el-libro.org.ar/expositor/editorial-sirio/>).

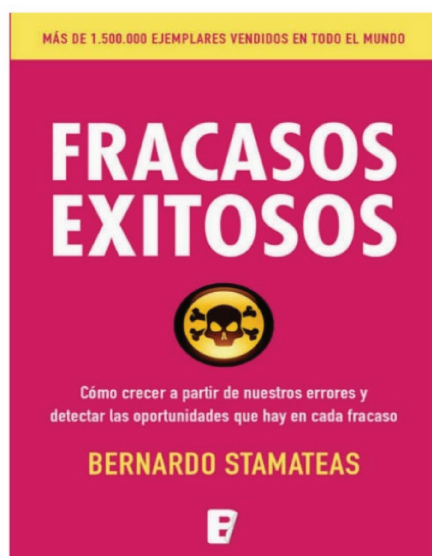
Carol Dweck, su autora, es una estadounidense de 77 años. Es doctora en Psicología por la Universidad de Yale y está especializada en el campo de la motivación, la personalidad y el desarrollo. Actualmente es docente de Psicología Social en la Universidad de Stanford y es reconocida por su teoría del mindset, de la que trata este libro.

A diferencia de otros autores de autoayuda y a pesar de que *Mindset* es fuente de inspiración para muchos dentro del género, Carol Dweck no ha publicado numerosos libros. Entre sus publicaciones no encontramos más que algunos títulos editados por universidades y más cercanos a un género académico como *Selftheories* (1999) o su participación en *¿Por qué cooperamos?* de Michael Tomasello (2010). Por el contrario, sí podemos encontrar artículos de prensa de su autoría: ha publicado en *The New Yorker*, *Time*, *The New York Times*, *The Washington Post* y *The Boston Globe*, y aparece con frecuencia en programas de radio y de televisión. Otra característica que la distingue de los autores del género es que no está presente en redes sociales. No obstante sí se pueden rastrear cuentas no oficiales en Instagram y sospecho que es citada por otros *influencers* en virtud de su aparición en otros libros de este *corpus*. A pesar de que la autora no sostenga una carrera mediática, sí podemos encontrar apariciones suyas en Youtube: una charla TED, una *Talks at Google*, apareció también en charlas Aprendemos Juntos 2030 organizadas por el banco BBVA y Stanford Alumni publicó una de sus conferencias.

Mindset, el libro que nos interesa, es el resultado de las investigaciones desarrolladas por la autora en el campo de la personalidad, la motivación y el desarrollo. Según dice la autora en la introducción, se trata de un proyecto motivado por sus alumnos quienes la incitaron a dar a conocer los descubrimientos de sus estudios. El eje central del libro se basa en una corriente psicológica que sostiene que las creencias que poseemos determinan en gran medida los resultados que obtenemos y está fundamentado por una serie de testimonios de la autora (obtenidos de sus pacientes y sus investigaciones) y extraídos de la prensa. Una aclaración sobre esto que llamó mi atención es que las historias han sido modificadas para guardar la privacidad de sus fuentes pero que algunas también han sido “condensadas en una sola persona para reflejar más claramente la idea”. Esto indica que alguno de estos testimonios han sido “exagerados” respecto de la realidad para crear un efecto persuasivo.

El libro está estructurado en una introducción seguida de ocho capítulos: tres de ellos son generales y luego le siguen otros que buscan ilustrar la importancia de la mentalidad en cuatro áreas: el deporte, los negocios, las relaciones sentimentales y los roles formadores

de los padres, los profesores y los entrenadores. Todos estos capítulos poseen subtítulos que los organizan y cierran con una sección titulada “cultivar la mentalidad”. En esta sección presente en los siete capítulos y en todo el octavo (“Cambiar las mentalidades”) la autora da ejercicios prácticos y pautas simples para transformar la mentalidad. El libro cierra con una lista de libros recomendados por la autora que se suman a los que ella referencia en las notas de cada capítulo como su propia bibliografía.



Fracasos exitosos.

**Cómo crecer a partir de nuestros
errores y detectar las oportunidades
que hay en cada fracaso.**

Bernardo Stamateas

Fecha de publicación: 2015

Editorial: Ediciones B, S.A. - Barcelona (España)

ISBN Digital: 978-84-9019-684-7

Este libro fue publicado por Ediciones B, S. A., una editorial española fundada en 1987 que actualmente pertenece a Penguin Random House. El ejemplar utilizado para el análisis es de formato digital, de Ediciones B y declara como fecha de la 1era edición diciembre de 2015 a pesar de que la página oficial de Random House sostiene que su publicación es de 2011. Aún conociendo este dato, optaré por referirme a *Fracasos Exitosos* con el año 2015 ya que es el dato que consta en la primera hoja del ejemplar utilizado para el análisis.

Su autor, Bernardo Stamateas, es un escritor y conferencista de 59 años referente del desarrollo personal y la autoayuda en nuestro país. Es Licenciado en Psicología por la Universidad Argentina “John F. Kennedy” y realizó cursos de posgrado en Sexología Clínica y Terapia Familiar en el Hospital Clínico de Buenos Aires y de Educación Sexual en el Lugar de Docencia, Investigación y Asistencia en Sexualidad (L.U.D.I.A.S.). Recientemente ha logrado su título de Doctor en Psicología en la Universidad del Salvador.

Además de terapeuta, Stamateas es graduado en Teología por el Seminario Internacional Bautista y, junto con su esposa, Alejandra Stamateas, es pastor de la Iglesia Bautista

Ministerio de Dios. Es posible asistir a sus reuniones de manera presencial en la sede ubicada en el barrio porteño de Caballito (José Bonifacio 332, CABA) tanto como de manera online.

Es reconocido por una extensa obra dedicada a la autoayuda y el desarrollo personal. El libro que le dio renombre es el famoso *Gente Tóxica* (2010) por el cual popularizó la expresión, escasamente utilizada hasta la aparición del libro. En él, el autor enseña cómo identificar a las “personas tóxicas” que nos rodean y cómo lidiar con ellas estableciendo límites. Una estrategia comúnmente utilizada en los *bestsellers* de autoayuda reside en establecer vínculos entre los libros del mismo autor para darle pregnancia a sus conceptos y que resulten fácilmente identificables por sus lectores. En este sentido, encontramos el libro predecesor de *Gente Tóxica*, titulado *Emociones Tóxicas* (2009), y sus sucesores: *Autoboicot* (2010) (“Cuando el tóxico es uno mismo”, reza su subtítulo), *Pasiones Tóxicas* (2011) y *Más Gente Tóxica* (2014). Correlaciones como estas también pueden ser trazadas entre *Heridas Emocionales* (2012) y *Calma Emocional* (2017) o entre *Fracasos Exitosos* (2011) y *Liderazgo Exitoso* (2021). Del mismo modo, el último libro publicado por el autor se titula *Pensamientos Nutritivos* (2023), y tiene en *Gente Nutritiva* (2022) un nexo ineludible entre su libro más famoso y su última publicación.

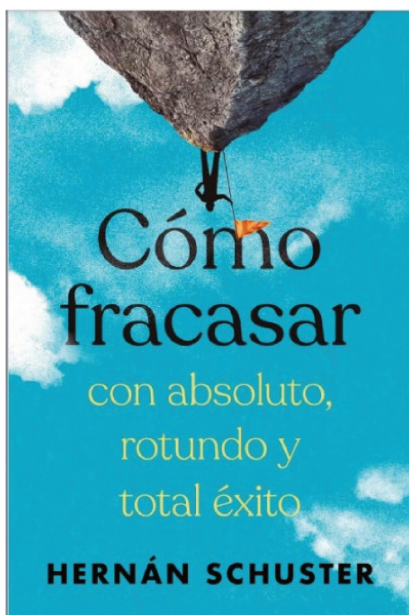
Además de una prolífica obra literaria, Stamateas está presente en redes sociales. En septiembre de 2011 abrió su cuenta de X (antes Twitter) y hoy tiene 102.146 seguidores. A Youtube se unió en octubre de 2011; su canal @BernardoStamateas cuenta con 1.500 videos publicados y 464.000 suscriptores. En 2016 abrió su Instagram oficial @BerStamateas donde lo siguen 442.000 usuarios y en 2022 abrió también su canal de TikTok donde tiene 224.600 seguidores. Mirando todas sus redes sociales, es posible identificar dos tipos de publicaciones frecuentes. Por un lado, videos: TikToks de corta duración, videos para Instagram o shorts de Youtube donde habla sobre temas específicos vinculados a la autoayuda; pero también charlas en vivo de aproximadamente 1 hora publicadas en Youtube. Por otro lado, usa sus redes para hacer publicidad de diversos eventos que van desde presentaciones de libros y conferencias hasta encuentros espirituales realizados desde su Iglesia. Además de la divulgación que realiza en sus redes sociales, ha colaborado y colabora con numerosos artículos y podcasts con el Diario La Nación.

Fracasos Exitosos fue seleccionado dentro del *corpus* de esta tesina por dos razones principales: permite ilustrar una autoayuda volcada hacia el desarrollo personal y observar a un referente nacional. Por estos motivos, el análisis estará volcado a observar cuáles son las características del subgénero del desarrollo personal (contrastado con la autoayuda financiera y la autoayuda espiritual que compone el *corpus*) y las cualidades distintivas de un libro escrito por un autor argentino (frente a los autores norteamericanos

que consideramos). Un rasgo adicional para observar es el modo en que el éxito y el fracaso son tematizados teniendo en cuenta la filiación espiritual a la iglesia bautista que posee el autor.

El libro está estructurado en cuatro partes a las que se le anexa una dedicatoria y una introducción, al comienzo, y un “decálogo de errores”, bibliografía recomendada por el autor y notas con referencias bibliográficas, al final. Las cuatro partes del libro están compuestas por diferentes cantidades de capítulos y, tras mi lectura, no pude identificar un hilo conductor en ellos que explique esa organización en partes. A diferencia de otros libros, cuyas partes o secciones responden a etapas o ámbitos del desarrollo personal, *Fracasos Exitosos* no parece tener una organización tan clara. De hecho, podemos encontrar capítulos cuyos títulos tienen la palabra “transformar” en tres de las cuatro secciones, por lo que no podemos pensar que la transformación sea una operación a la que se dedica toda esa parte del libro, sino que más bien es tematizada transversalmente. En cuanto a la organización de los capítulos estos suelen estructurarse en subtítulos que guían la lectura. Además, es muy frecuente la utilización de citas que se insertan en el texto de manera autónoma, como cuadros que muchas veces interrumpen el hilo de los argumentos del narrador. También es frecuente el uso de ítems para enumerar de manera clara y los espacios en blanco para que quien lee pueda completar los ejercicios que se proponen. Todos los capítulos finalizan con una sección que se titula “En resumen” y que sintetiza las enseñanzas del capítulo mediante diferentes estrategias.

Otro aspecto que vale la pena resaltar de este libro es su conexión con otros integrantes del *corpus*. Dentro de la bibliografía recomendada por el autor figuran dos de los libros que seleccioné: *Mindset* de Carol Dweck y *El lado positivo del fracaso* de John Maxwell. Además, se cita a tres autores que integran nuestro *corpus*: Robert Kiyosaki, cuyo libro *Padre Rico, Padre Pobre* aparece en las recomendaciones, y nuestros dos pioneros, Napoleon Hill y Dale Carnegie.



Cómo fracasar con absoluto, rotundo y total éxito

Hernán Schuster

Fecha de publicación: noviembre 2023

Editorial: Conecta (Penguin Random House)

Cómo fracasar con absoluto, rotundo y total éxito es el primer libro de Hernán Schuster. Fue publicado en noviembre de 2023 por Conecta, un sello editorial de *Penguin Random House* especializado en la publicación de obras de liderazgo, desarrollo personal, emprendedurismo y negocios. Este libro constituye un representante local dentro de ese subgénero de la autoayuda. Además de ofrecernos la perspectiva de un autor argentino sobre la temática, el libro nos permitirá contrastar los sentidos atribuidos al “éxito” y al “fracaso” entre los libros pioneros, los clásicos y los contemporáneos.

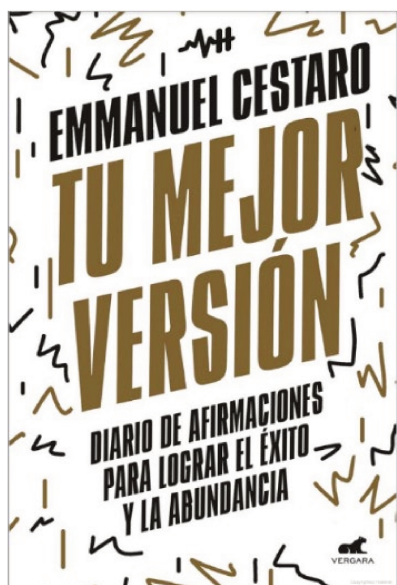
Hernán Schuster, su autor, es Licenciado en Administración por la UBA, tiene un Master en *Business Administration* (MBA) en la Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA) y un posgrado en coaching organizacional por la Universidad del Salvador. Luego de dieciséis años de experiencia en empresas multinacionales y de residir en diferentes países a causa de trabajo, Schuster decidió dedicarse a emprender. En 2015 fundó Spiquers un proyecto que conecta a oradores con empresas. Más tarde, se encargaría de traer *FuckUp Nights* a Buenos Aires, un ciclo de charlas en las que emprendedores cuentan sus experiencias de fracaso. Desde 2018, está al frente de OOPS! Otra Oportunidad Para Superarse, un show que busca desmitificar la oposición entre “éxito” y “fracaso”. Con las historias de fracaso que conoció en estas experiencias, Schuster escribió este libro.

El autor está presente en el ámbito público y ha tenido contacto con personalidades famosas pero no puede ser considerado una celebridad, al menos por ahora. Su cuenta de Instagram, aunque verificada, tiene 3.000 seguidores. Allí, postea diferentes tipos de contenido. Por un lado, fotos de conferencias o eventos en los que ha participado o que ha impulsado con su empresa. Por otro lado, recortes de participaciones propias en programas de radio o de YouTube en las que habla sobre un tema o en las que publicita

su libro. Por último, también encontramos publicados recortes de notas que ha escrito para medios como El Cronista o Clarín y posteos que anticipan eventos por venir. Su empresa, Spiguers, tiene su propia presencia en redes. Tiene 20.000 seguidores en Instagram y 3.000 en Facebook, donde publica recortes de las charlas de sus oradores. En YouTube junta 2.000 seguidores y allí podemos encontrar charlas entre Schuster y los oradores que trabajan para Spiguers en las que debaten sobre las dificultades de hablar en público. También allí quedaron grabadas las diferentes charlas que se hicieron en el marco del evento OOPS!.

Cómo fracasar con absoluto, rotundo y total éxito está organizado en capítulos. El libro comienza con dos prólogos escritos por personalidades públicas que respaldan el libro, la primera obra de su autor. El primero está escrito por Mario Pergolini, un reconocido empresario y conductor de TV y radio. El segundo es de Alejandro Melamed, un conferencista, coach ejecutivo y autor de varios libros especializados sobre innovación tecnológica y mundo del trabajo. Luego de estos dos prólogos, el libro continúa con una introducción escrita por el propio Schuster donde cuenta los vericuetos de su trayectoria y las razones que lo llevaron a escribir el libro. El resto del texto está compuesto por trece capítulos. Todos ellos terminan con una sección que se titula “FraCASOS” y en los que el autor presenta la historia de fracaso de una persona -generalmente, un orador que ha trabajado con Schuster. El libro finaliza con un epílogo, los agradecimientos, una sección de bibliografía y luego una breve biografía del autor que, tal vez, en el formato físico esté colocada en una solapa.

Lo que me parece relevante destacar es que dentro de la bibliografía podemos encontrar cuatro referencias al *corpus* de este trabajo: entre los libros que inspiraron a Schuster se encuentran *Mindset* de Dweck, un libro de Napoleon Hill (aunque no el texto que trabajo aquí), *Fracasos Exitosos* de Stamateas y *El lado positivo del fracaso* de Maxwell. Esto da cuenta de la relevancia de los textos y los autores seleccionados para esta tesina dentro del amplio espacio de la autoayuda y de una estrategia de retroalimentación entre los autores del género que produce un alineamiento de sus propuestas en el mismo sentido.



Tu mejor versión
Diario de afirmaciones para lograr el
éxito y la abundancia

Emmanuel Cestaro

Fecha de publicación: abril 2024

Editorial: Vergara (Penguin Random House)

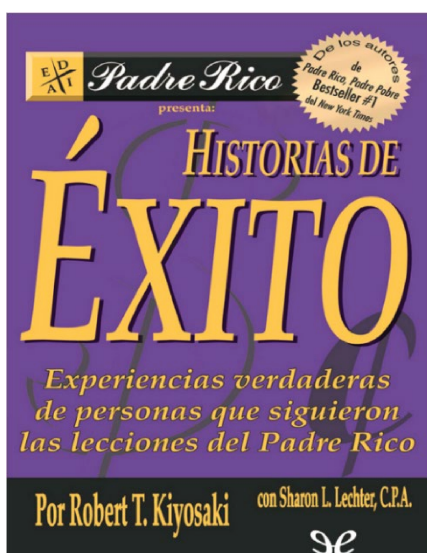
Tu mejor versión es un libro publicado en abril de 2024 por la editorial Vergara, un sello editorial adquirido en los 2000 por Penguin Random House.

Es el tercer libro de Emmanuel Cestaro, luego de *Más allá de la nutrición* (2020) y *Despierta tu poder* (2021). Cestaro nació en 1990 en la ciudad de La Plata. Es Licenciado en nutrición por la Universidad Nacional de La Plata y ha dedicado su carrera a ayudar a las personas a alcanzar su autorrealización, de acuerdo con la biografía que ofrece la editorial. Además de ser autor de libros, ejerce una gran influencia en redes sociales. Tiene 86.900 seguidores en su Instagram personal, @emmanuelcestaro, y 4 millones en su Instagram dedicado a dar consejos de alimentación, @nutricioncestaro. Cuenta con 44.000 seguidores en su canal de YouTube donde sube contenido nutricional y motivacional. Además, posee una página web -www.metodocestaro.com- en la que es posible suscribirse a su comunidad. Por 35.000ARS o 35USD, Cestaro brinda un asesoramiento que consta de un plan de alimentación, rutina de entrenamiento, mentorías en mentalidad y desarrollo personal, ejercicios de meditación y podcast motivacionales. Con la compra de su plan, se ofrece acceso a canales de WhatsApp para tener un seguimiento y participar de un grupo de apoyo, además de materiales extra y Zooms en vivo con el autor.

En su página web también se accede a una *masterclass* gratuita y es posible comprar un curso para emprendedores (6 meses a un año de duración) disponible en tres formatos: básico (900USD), premium (1.500USD) y elite (3.000USD). Este curso nos da la pista de que Cestaro ha construido una marca alrededor de su persona que lo convirtió, no sólo en autor de libros sino más enteramente en un influencer del desarrollo personal y el fitness.

El libro posee un formato diferente a los otros miembros de este *corpus*. De hecho, su subtítulo nos lo anticipa: se trata de un “diario de afirmaciones positivas”. Por eso, luego de una introducción realizada en primera persona por el autor, encontramos secciones compuestas por 1) una frase que puede estar en modo indicativo y en primera persona (“Puedo lograrlo, puedo alcanzarlo”), o en modo imperativo y en segunda persona (“Haz del disfrute un hábito); 2) un breve texto que tematiza la frase anterior y; 3) un ejercicio práctico que muchas veces implica garabatear sobre el ejemplar. Por lo tanto, aunque el libro está compuesto por 128 páginas, en realidad posee mucho espacio en blanco, ya sea por los saltos de página o por los espacios que son librados para uso de quienes leen.

2.4. Nuestros libros de autoayuda financiera



Historias de éxito

Experiencias verdaderas de personas que siguieron las lecciones del Padre Rico

Robert T. Kiyosaki & Sharon L. Lechter

Año de publicación: 2019

Editorial: Epublibre

Publicación original: “Rich Dad’s Success Stories:

Real Life Success Stories from Real Life

People Who Followed the Rich Dad

Lessons”, Aguilar, 2005.

Robert Toru Kiyosaki es uno de los más reconocidos autores de autoayuda en el mundo. Se trata del escritor de *Padre Rico*, *Padre Pobre*, libro que, a pesar de haber sido publicado por primera vez en 1997, todavía encabeza las listas de ventas. Kiyosaki nació en Hawaii en 1947 (77 años), estudió en Nueva York y, luego de su graduación, sirvió en el cuerpo de los marines y participó de la guerra de Vietnam como oficial y piloto. Antes de convertirse en escritor y conferencista, desarrolló su trayectoria en el mundo empresarial y financiero. La fama que alcanzó a través de sus productos dedicados a la educación financiera lo llevó a fundar *Cashflow Technologies*, una corporación que tiene

las licencias de los numerosos libros de la saga *Padre Rico*. En su trayectoria, llegó a publicar dos libros en co-autoría con Donald Trump, *Queremos que seas rico* (2006) y *El toque de Midas* (2011).

Historias de éxito fue seleccionado en el *corpus* de esta tesina para incorporar a Kiyosaki, tal vez el autor más leído dentro del subgénero de la autoayuda financiera. No obstante, en la selección decidí dejar afuera a su *bestseller* más popular por tres razones. En primer lugar, porque *Padre Rico* ya ha sido abordado en profundidad por Daniel Fridman (2019) quien durante dos años reconstruyó el universo de Kiyosaki a través de un magistral trabajo etnográfico que da cuenta de la circulación del libro -y su juego, Cashflow- en Estados Unidos y del trabajo de apropiación de estos productos llevado a cabo por el público argentino. En segundo lugar, decidí dejar afuera a *Padre Rico*, ya que su título no indica una especial tematización del “éxito” o el “fracaso”. Por último, decidí incluir en el *corpus* *Historias de éxito* porque posee una lógica similar a la de nuestro otro representante de la autoayuda financiera: *#ArgenPlata*, de Julieta Tarrés. Ambos libros están contruidos a través de un repertorio de historias de personas reales con el objetivo de ilustrar el éxito y el fracaso en la experiencia de gente común. Al pertenecer ambos libros a un mismo subgénero, el de la autoayuda financiera, y compartir una estructura similar, consideré que la inclusión de Kiyosaki a través de *Historias de éxito* tendría la potencialidad de ofrecernos un análisis comparativo entre los consejos de finanzas en Estados Unidos antes del cambio de siglo y la turbulenta Argentina actual.

Parto de la hipótesis de que los problemas de un estadounidense y de un argentino con el dinero son difícilmente homologables pero que, sin embargo, esto no impide la llegada de literatura financiera de manera masiva desde Estados Unidos ni su consumo por el público local. No obstante, es probable que los lectores argentinos tengan que hacer un esfuerzo especial para adaptar los consejos que propone Kiyosaki al contexto de la Argentina de hoy.

Historias de éxito fue publicado originalmente en 2003 por la editorial Aguilar. El ejemplar seleccionado para el análisis es una publicación de la biblioteca digital Epublibre de 2019. Como ya anticipé, se trata de un libro que busca probar la efectividad de los preceptos enseñados en *Padre Rico* a través de historias reales. El libro está encabezado por dos capítulos introductorios: un prefacio escrito por Kiyosaki y una introducción escrita por su socia, Sharon Lechter, donde recupera los conceptos financieros centrales planteados en *Padre Rico*. El resto del libro se estructura en seis partes tituladas 1) “Cómo practicas el juego”, 2) “Dónde has estado, a dónde puedes ir”, 3) “Un enfoque diferente”, 4) “Nunca se es demasiado joven para alcanzar el éxito financiero”, 5) “Una nueva forma de hacer negocios”, 6) “Sucesos que cambian la vida”.

Cada una de estas secciones está introducida por una exposición del autor y compuesta por capítulos en los que diferentes personas exponen en primera persona sus experiencias personales con los productos de *Padre Rico*. Finalmente, el libro cierra con una clásica biografía de su autor.



#ArgenPlata. Finanzas personales para principiantes

Historias reales de éxitos y fracasos

Julieta Tarrés

Año de publicación: junio 2024

Editorial: Sudamericana (Penguin Random House)

#ArgenPlata fue publicado en junio de 2024 por la editorial Sudamericana, un sello del grupo editorial Penguin Random House. Es el primer libro de Julieta Tarrés, nacida en Mar del Plata en 1975 (49 años) y devenida en periodista especializada en economía y finanzas. Estudió Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad del Salvador, tiene una Maestría en Periodismo de Investigación y una Maestría en Economía Aplicada en la Universidad Di Tella. Actualmente se dedica a informar y divulgar sobre economía y finanzas “con la firme convicción de democratizar el conocimiento para que los ciudadanos tomen mejores decisiones en sus economías”, sostiene la biografía publicada en Penguin Random House.

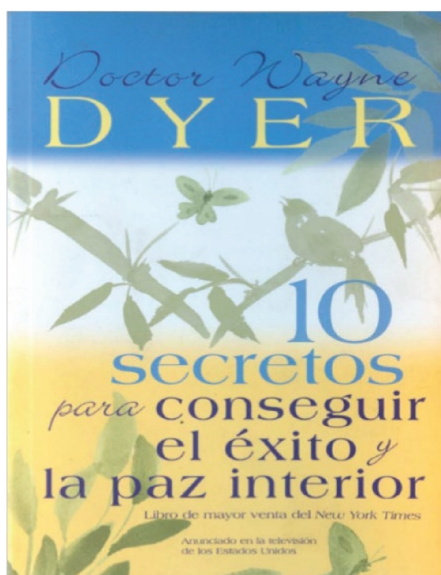
De hecho, antes que escritora o periodista, Tarrés es presentada por Google como una “personalidad de internet”. Tiene 23.000 seguidores en X (antes Twitter), aunque no lo usa activamente, y 169.000 seguidores en su Instagram @Jultarres. Su cuenta de Instagram está compuesta por reels en los que nuestra autora da tips sobre temas usuales para los ciudadanos argentinos como estrategias de inversión, venta y compra de dólares sin pasar por el banco y gestión del dinero a través de apps digitales. La popularidad de Tarrés en el espacio público se debe también a su trayectoria dentro de

los medios tradicionales. Fue redactora y editora en La Nación, El Cronista, Infobae y Crítica de la Argentina, y dirigió las revistas Forbes y Newsweek. Durante décadas se desempeñó como columnista en programas de radio (Rivadavia, Ciudad y Nacional) y de televisión abierta (Telefé y América). Actualmente, es conductora de #CNNEconomía en la sede local de CNN en español.

#ArgenPlata fue incluido en el *corpus* de esta tesina con el objetivo de que sea nuestro representante local dentro del subgénero de la autoayuda financiera. Como ya mencioné, su estructura se parece a la del libro de Kiyosaki ya que está conformado por una recopilación de historias de la vida real que ilustran el éxito y el fracaso de los argentinos en el ámbito de las finanzas. Este libro enriquece el análisis al permitirme contrastar las dificultades atravesadas por los protagonistas estadounidenses presentados por Kiyosaki, con los obstáculos que aparecen retratados en las biografías de los argentinos de hoy. Algunos problemas locales que encontraremos en las páginas de *#ArgenPlata* incluyen la relación con el dólar, la desconfianza con el sistema bancario, la evasión de impuestos, la necesidad de ganarle a la inflación y la falta de familiaridad con las inversiones en la bolsa de valores.

El libro comienza con un prólogo en el que Agustín Darget, un analista financiero y referente del mercado de capitales local, presenta a la autora. Luego, encontramos una introducción escrita por la misma Tarrés en la que expone los motivos que la llevaron a escribir este libro. Lo que queda de la obra está dividido en dos secciones: la primera parte recopila diez historias de argentinos de diferentes generaciones y sus experiencias con el dinero; en la segunda, la autora ofrece una explicación simple de algunos conceptos importantes para la administración financiera, entre ellos, la bolsa de valores, el dólar y el mercado de cambio, las billeteras digitales, las tarjetas de crédito y el sistema bancario, y el sistema tributario. Finalmente, encontramos los agradecimientos y una biografía de la autora.

2.5. Nuestro libro de bienestar interior



10 secretos para conseguir el éxito y la paz interior

Doctor Wayne Dyer

Fecha de publicación: 2009

Editorial: Hay House

Publicación original: "10 secrets for success and inner peace" de Hay House, 2001.

10 secretos para conseguir el éxito y la paz interior fue publicado originalmente en 2001 por Hay House. Se trata de una editorial estadounidense fundada en 1984 por Louise Hay, una escritora y oradora motivacional referente de la corriente del Nuevo Pensamiento. Siguiendo con las creencias de su fundadora, Hay House se autodenomina una "empresa mente-cuerpo-espíritu y transformadora" y se especializa en temáticas de autoayuda, desarrollo personal y medicina alternativa. Además de publicar libros, la editorial ofrece cursos y eventos virtuales, así como podcasts dedicados al empoderamiento. En 2023 Hay House fue adquirida por Penguin Random House.

Wayne Dyer, el autor del libro que nos interesa, nació en 1940 en el estado de Michigan, Estados Unidos. Obtuvo una licenciatura en Educación por la Universidad Estatal de Wayne y, tras servir en la Marina, logró un doctorado en Consejería Educativa - considerada una rama de la psicología- en la Universidad de Michigan. Fue docente universitario, profesión que abandonó tras la publicación de su primer y mayor éxito editorial, *Tus zonas erróneas*, publicado en 1976. Escribió más de cuarenta libros y divulgó su filosofía en conferencias, talleres, programas de radio y TV. Dyer murió en Hawaii en 2015 a causa de leucemia. Al día de hoy, sigue siendo un referente del campo de la autoayuda.

Si bien *Tus zonas erróneas* es su libro más famoso, seleccioné para el análisis *10 secretos para el éxito y la paz interior* debido a que posee la palabra "éxito" en su título. Este dato no es menor, ya que gran parte de la literatura de autoayuda que responde a un subgénero espiritual e introspectivo no utiliza conceptos como "éxito" o "fracaso" y

prefiere hablar con otras expresiones como “bienestar”, “realización” o “abundancia”. El libro de Dyer, por lo tanto, fue aquel que me permitió abordar mi objeto de estudio en una expresión espiritual de la autoayuda.

El ejemplar utilizado para el análisis corresponde a una reimpresión de Hay House de 2009. Está encabezado por una introducción escrita a modo de carta por el autor y, luego, se estructura en diez capítulos que revelan, cada uno, un “secreto” que llevará a quien lee al éxito y la paz interior. Tal y como es revelado en su introducción, el libro no busca ser una guía para encontrar el camino del éxito sino, más bien, ofrecer diez secretos por medio de los cuales los/las lectores/as encontrarán su propio camino y permitirán que sus espíritus les guíen.

2.6. Las mil aristas de la autoayuda

Con esta breve presentación de cada texto no solo busco introducirnos en los matices de los datos que veremos de aquí en adelante, sino principalmente, mostrar la complejidad que reporta la autoayuda como fenómeno.

En primer lugar, me parece importante destacar la multiplicidad de fuentes de inspiración que tienen tanto los textos como sus autores. Vemos libros que nacieron en respuesta al problema de las relaciones públicas, libros que contienen un costado académico, autores que son considerados referentes públicos, otros que solamente transmiten las enseñanzas fundándose en ejemplos prestados, libros que intervienen sobre la cuestión alimentaria, libros que son pensados como un producto más de una canasta más amplia de motivación personal, autores que vienen del mundo empresarial, del ámbito de la nutrición, de facultades de psicología y hasta referentes de iglesias evangélicas. Esta variedad de influencias produce una oferta inacabable de libros de autoayuda que si bien pueden no ser muy distintos en sus consejos, si ofrece argumentos diversos a la hora de fundamentarlos. Y nos marca una variedad de puertas de entrada desde las que los/as lectores/as pueden ingresar al vasto mundo de la autoayuda.

En segundo lugar, esta presentación da cuenta de la retroalimentación que existe entre los autores del género. Si bien pueden provenir desde mundos muy distantes y sus obras pueden ubicarse en estanterías diferentes, la utilización de ejemplos compartidos, así como la referencia y cita entre los integrantes del *corpus*, denuncian su pertenencia a un mismo universo discursivo. De más está decir que la pertenencia a un mismo género se expresa en los recursos retóricos que comparten -como la enumeración, el uso de citas, la organización en partes, la utilización de historias- pero eso será objeto de atención del próximo capítulo.

Por último, en la descripción anterior también sale a la luz la manera en que la autoayuda desborda el formato libro y alcanza otros formatos. En el caso de algunos autores de renombre, sus enseñanzas se han convertido en talleres, en cursos y hasta en franquicias que recorren el mundo. En este sentido, es interesante cómo el *coaching*, en tanto práctica novedosa, ha logrado llevar el discurso de la autoayuda hacia un público no lector. Pero, además, la descripción de los libros nos muestra la migración de este discurso hacia esferas tradicionales como los diarios o las radios (en forma de notas y columnas), así como en ámbitos de reciente desarrollo como las redes sociales. Con gran agilidad, la autoayuda ha sabido ganar terreno.

Ahora que conocemos más en profundidad los libros que integran el *corpus*, avancemos hacia el análisis en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 3

Análisis discursivo

3.1. La Teoría de la Enunciación y los contratos de lectura

Este trabajo parte de la convicción de que los libros no son meros contenedores de ideas, sino que, a través de operaciones discursivas, tienen la facultad de construir “objetos discursivos” (Narvaja de Arnoux, 2009), esto es, representaciones simbólicas concretas que no son independientes del texto sino que son elaboradas en él. En consecuencia, mi análisis del “éxito” y el “fracaso” se erige sobre la base del reconocimiento del origen discursivo de ambos objetos y, por ello, de la inextricable articulación entre los sentidos que adquieren y las características de la autoayuda como género discursivo.

En este sentido, retomo los postulados de la Teoría de la Enunciación, según la cual, el funcionamiento de un discurso tiene dos niveles: “el nivel de lo expresado, la información transmitida, la historia contada, esto es, el nivel enuncivo, o bien lo enunciado; y el nivel enunciativo o la enunciación, es decir, el proceso subyacente por el cual lo expresado es atribuible a un yo que apela a un tú” (Filinich, 1998: 18). Con esta distinción, la Teoría de la Enunciación incita a pensar el lenguaje como un acto singular cuyo sentido está vinculado inextricablemente a las circunstancias en que es realizado, y por lo tanto, a aspectos tradicionalmente relegados en la investigación lingüística como la preocupación por el sujeto hablante, por su relación con el lenguaje y con su interlocutor o por los efectos de su discurso. El análisis del contenido, que en este trabajo se preguntaría por ver qué dice un texto del “éxito” y el “fracaso”, tiende a destacar el nivel enuncivo. Si bien más adelante me detendré sobre los sentidos construidos en los textos, en esta parte del análisis consideraré que el contenido dado a nuestros objetos no es más que una parte del fenómeno analizado y me detendré sobre las estrategias

enunciativas a partir de las cuales un mismo contenido puede ser dicho de maneras distintas y, por lo tanto, producir efectos discursivos diferentes. El abordaje enunciativo del *corpus* me permitirá observar los matices que muestran los libros de autoayuda y señalar la heterogeneidad como una característica constituyente del género.

Según Verón (1985), a través de la enunciación un discurso construye cierta imagen de quien habla (enunciador), una cierta imagen de a quien se le habla (enunciatario) y, en consecuencia, un nexo entre ambos “lugares”. Este autor propone denominar “contrato de lectura” a la relación entre un soporte (en nuestro caso los libros de autoayuda) y sus lectores/as. Según Bitonte y Demirdjian (2001), este contrato se construye por un conjunto de operaciones:

- elecciones: léxicas, temáticas, retóricas, de registro y variedad de lengua, de tipo y género discursivo, de tono y estilo, de recursos técnicos, etc.
- evaluaciones: que se realizan en la lengua a través de adjetivos, sustantivos, adverbios, verbos -las llamadas “modalidades”-, pero también a través de la distribución de la información, los colores, entre otros.
- posicionamiento de los objetos: qué clases de objetos son representados y qué lugar ocupan (si es central o marginal, superior o inferior, etc).
- posicionamiento de los sujetos: qué tipo de destinatario construye el discurso y que relación de poder tiene con el enunciador.
- cuadro de circunstancias: cómo se construye discursivamente el contexto presente, pasado o futuro de la enunciación.

De acuerdo con estas características, el modelo del contrato de lectura constituye una teoría no subjetivista según la cual la significación pasa por el soporte y atraviesa al sujeto. Con el concepto de “contrato de lectura” Verón (1985) busca salvar las limitaciones de una semiótica fascinada por los textos, por un lado, y de una sociología que acumula información sobre quienes leen, por el otro. Para ello, propone una teoría que permite hacer foco sobre el acto de la lectura, ese intercambio comunicacional en el que se articula el polo de la producción con el del reconocimiento. El hecho de que sea llamado un “contrato” implica, además, la idea de un acto bilateral en que tanto el enunciador como el enunciatario se someten a un acuerdo entre partes. No obstante, según Verón, en el caso de los productos de masas -como la literatura de autoayuda- es el soporte el que propone un cierto contrato, el cual está supeditado a su posterior reconocimiento por parte de quien lee.

En las próximas páginas describiré los contratos de lectura que proponen los libros del *corpus* centrándome en la enunciación como momento fundamental en el que se plasma

el sentido social del intercambio. Me preocuparé especialmente por “las modalidades” que constituyen la expresión de la subjetividad en el lenguaje, estrategias mediante la cual se inmiscuye la opinión en el acto comunicacional. Las modalidades pueden ser de, al menos, dos tipos. Por un lado, las modalidades de enunciación que remiten a la relación interpersonal y social entre los protagonistas de la comunicación. Entre ellas se encuentran la interrogativa, la declarativa, la exclamativa y la imperativa. Por otro lado, las modalidades de enunciado, es decir, aquellas marcas mediante las cuales el enunciador se refiere a su enunciado. Dentro de esta tipología el enunciador puede situar el contenido en relación con la verdad, la falsedad, la certeza, la probabilidad o respecto a un juicio apreciativo, como lo triste, lo útil, o lo feliz, entre muchas posibilidades (García Negroni y Tordesillas Colado, 2001; Maingueneau, 1980).

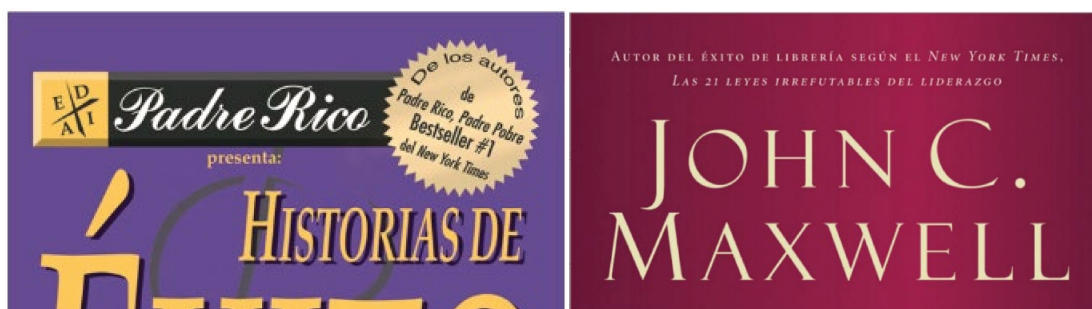
3.2. El *ethos* en la autoayuda: *ethos* discursivo/prediscursivo, *ethos* mostrado/dicho

Para abordar al sujeto de la enunciación, a aquel que enuncia, recupero la noción de *ethos*. En la retórica clásica de Aristóteles (2005), el *ethos* es pensado como una prueba técnica, es decir, una prueba preparada con método que consiste en demostrar el carácter moral del orador. Convencer mediante el *ethos*, por lo tanto, implica construir mediante el discurso una cierta imagen de quien habla, de manera que aparezca como alguien digno de ser creído, ya que Aristóteles estaba convencido de que “a las personas buenas les creemos más y con mayor rapidez, en general, en todos los asuntos pero principalmente, en aquello en que no hay evidencia sino una opinión dudosa” (44). El *ethos* era para el autor la técnica de mayor fuerza probatoria.

De acuerdo con Ducrot (1984), el *ethos* se muestra en el acto de la enunciación, no se dice en el enunciado. Se trata de una noción cuya naturaleza queda en el segundo plano: debe ser percibido por los enunciatarios, pero no debe ser objeto del discurso. Además, la imagen del enunciador puede ser diferente de los atributos reales del locutor. Poco importa si el sujeto de la enunciación es verdaderamente honesto y confiable sino que se muestre de esa manera a la hora de enunciar. Así, la identidad del enunciador es reconstruida en el discurso.

A raíz del particular género al que debemos el análisis, considero necesario adherir a la noción clásica del *ethos* la distinción realizada por Maingueneau (2002) entre “*ethos* discursivo” y “*ethos* prediscursivo”. Como bien sabemos gracias a los antecedentes relevados, la autoayuda tiene como una de sus estrategias mercadotécnicas centrales la construcción de “autores-marca”, esto es, de autores/as célebres que constituyen el objeto mercantil mucho antes que sus libros. Quienes leen autoayuda frecuentemente

conocen al/a la autor/a previamente, por lo que la imagen que el enunciador construye en el discurso compite con aquella que los/las lectores/as poseen de él antes de iniciar la lectura. Este *ethos* prediscursivo muchas veces es activado en las portadas, como en el caso de *Historias de éxito*, cuya tapa es de mismo tono violeta que caracteriza la saga de Kiyosaki y en la que se anuncia ser de los mismos autores que *Padre Rico, Padre Pobre*. De una manera similar, *El lado positivo del fracaso* anuncia el nombre del autor antes del título de la obra y recuerda su libro anterior, *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo*.



Por su parte, *Fracasos exitosos* y *Tu mejor versión* activan el *ethos* previo de sus autores mediante imágenes. En la portada de *Fracasos exitosos* se replica el símbolo tóxico que identifica al *bestseller* anterior de Stamateas, *Gente tóxica* (2010) aún a pesar de que el nuevo libro no aborde el concepto “tóxico”. Asimismo, los libros de Cestaro muestran un diseño similar: los títulos están inclinados y los fondos decorados con patrones de líneas.



Pero más allá de los elementos gráficos y paratextuales, el *ethos* previo es activado en el discurso mismo, recordando a quien lee las obras anteriores del/de la autor/a o su bagaje de conocimiento. Para ilustrar este punto, es útil recuperar otra de las elaboraciones posteriores de Maingueneau sobre el *ethos*: si bien normalmente este es “mostrado” en el discurso, también puede ser “dicho”. Los libros de autoayuda hacen a

su autor/a el objeto del discurso repetidas veces, como por ejemplo en los prólogos en los que personalidades famosas dan su impresión del libro y de su autor/a o en las biografías redactadas por los editores. En la mayoría de los casos se trata de una estrategia para hacer a quienes escriben autoayuda autoridades “dignas de ser creídas” en sus campos. Sabemos que Julieta Tarrés estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad del Salvador y Economía en la Universidad Torcuato Di Tella, así como en qué medios trabajó. La historia personal de Schuster es objeto de toda la introducción en la que habla de sí mismo y es avalada por sus dos prologuistas: Mario Pergolini y Alejandro Melamed, quienes vinculan la figura de Schuster a un escenario emprendedor. Los editores de Carnegie hacen un trabajo similar al introducir la reedición con un mensaje que recuerda la trayectoria del libro. Por su parte, Dweck comienza su libro con la frase “un buen día mis alumnos hicieron que me sentase y me ordenaron escribir este libro”, activando inmediatamente su filiación profesoral.

Todos estos son ejemplos de estrategias mediante las cuales los textos construyen una imagen de su enunciador, ya sea apelando a la impresión previa que tienen quienes leen del/de la autor/a como haciéndose objeto del discurso en biografías, introducciones y prólogos.

Resta hacer una aclaración final sobre la utilización de la categoría *ethos* y es que dedico un espacio mayor del análisis a aquellos libros que presentan al enunciador como un profesor o un experto debido a la preeminencia de este *ethos* en el *corpus*. Para construirlo conceptualmente, tomé prestada la categoría de “*ethos* pedagógico-experto” creada por Vitale (2013) para analizar los discursos de Cristina Fernández de Kirchner. Con ella, caracterizo a aquellos enunciadores que se legitiman por su formación o, más frecuentemente, por sus experiencias previas y que se sitúan en un espacio jerárquicamente superior respecto del enunciatario gracias a la posesión de un saber del que aquel carece. Las características específicas mediante las cuales se construye esta imagen profesoral serán presentadas oportunamente en el análisis.

3.3. Los contratos de lectura

A través de estos conceptos enmarcados en la Teoría de la Enunciación se hace posible distinguir cómo los libros construyen escenarios de lectura de mayor distancia o proximidad y, por lo tanto, relaciones de poder jerárquicas o simétricas con sus lectores/as. Dentro del *corpus* distingo tres tipos de contratos de lectura y señalo algunos libros que pueden considerarse híbridos ya que combinan características de dos o más modelos.

3.3.1. El contrato de complementariedad bajo un enunciador pedagógico

Basta una primera aproximación al *corpus* para establecer la preeminencia de un tipo de contrato de lectura sobre otros. De los 10 libros seleccionados al menos 7 de ellos presentan lo que Bitonte y Demirdjian (2001) denominan un “contrato de complementariedad”. Con esta categoría, las autoras se refieren a aquellos contratos asimétricos cuyo enunciador se ubica en una posición jerárquica superior respecto del enunciatario y aparece como poseedor de un conocimiento del cual el enunciatario no sólo está desposeído, sino que además debe adquirir en el intercambio. Entre los siete libros que mencionamos, cinco de ellos ponen la situación de comunicación a cargo de un enunciador pedagógico. Estos libros son: 1) *El lado positivo del fracaso*, 2) *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, 3) *Piense y hágase rico*, 4) *Historias de éxito* y 5) *#ArgenPlata*. Veamos las características de este tipo de enunciador a partir de ejemplos extraídos de nuestro *corpus*.

El ethos dicho y la construcción de un lugar de saber

La primera característica ineludible de estos casos es la presencia marcada de un enunciador que se hace cargo del discurso. En todos los casos, el enunciador se identifica con quien escribe el libro y la legitimidad de sus consejos está basada en su experiencia personal o su renombre. *El lado positivo del fracaso*, por ejemplo, comienza diciendo:

He dedicado mi vida a enseñar a la gente a valorarse. Por eso es que dicto conferencias, grabo lecciones en casetes, preparo videos de entrenamiento y escribo libros. Es la razón por la que dirijo mi organización, el Grupo INJOY. Quiero ver a la gente triunfar. (Maxwell, 2000: 4)

En este fragmento, el enunciador se hace objeto del discurso para reclamar la autoridad que proviene de su trayectoria que, si bien se asume como algo conocido por el/la lector/a, no deja de ser explicitado en el discurso. De una manera similar, el comienzo del libro de Carnegie responde a dos preguntas: “¿Por qué, entonces, he tenido la temeridad de escribir otro libro? Y, después de escribirlo, ¿por qué se ha de molestar usted en leerlo?”. En esta introducción, el autor sostiene que posee una larga experiencia en el tema de “cómo tratar con la gente” y que su libro se basa en una experimentación de 15 años que incluyó la lectura de múltiples materiales, la colaboración de un investigador profesional, la revisión de biografías de los hombres más destacados de la historia y la realización de entrevistas a una “veintena de personas que han triunfado en la vida”. Por su parte, Napoleon Hill y Robert Kiyosaki confiesan

en las introducciones de sus libros que escriben para transmitir los secretos que le han confiado el magnate del acero, Andrew Carnegie en el caso del primero, y aquel a quien Kiyosaki llama su “padre rico” en el caso del segundo. De esta manera, se erigen en el discurso como los guardianes de secretos inéditos que sólo pueden ser descubiertos a través de sus obras. *#ArgenPlata* y *Cómo fracasar*, además de reconstruir las biografías de sus autores/as en una introducción en primera persona, utilizan prólogos en los que son presentados por referentes del mundo financiero, en el primer caso, y del mundo emprendedor, en el segundo. Augusto Darget, analista financiero, asegura que Julieta Tarrés “siendo filósofa sin saberlo les hará comprender muy amigablemente el arte de las finanzas”. Alejandro Melamed, coach empresarial, llama a Schuster por su nombre, Hernán, y sostiene que “combina el paso por la vida corporativa y la emprendedora, y tuvo numerosas situaciones durante estos años en las que fue revisitando su propio modelo” para dar cuenta de que el autor ya ha completado la transformación que el libro le propone a su lector/a.

En todos estos libros, mediante introducciones en primera persona o prólogos en segunda persona contruidos por referentes del mundo al que propone aportar el texto, el enunciador se hace objeto del discurso; no le basta con mostrar una imagen sino que construye su *ethos* mediante la palabra, lo que identificamos más arriba como un “*ethos* dicho”. El enunciador busca asociarse con el/la autor/a, quien recibe la autoridad de escribir en virtud de su larga trayectoria en el tema, de su conocimiento profesional o de ser poseedor de un secreto invaluable del que es el único guardián. Haciendo al enunciador un tema del discurso, los libros lo ubican en un lugar de saber como base del contrato pedagógico que proponen a quienes leen. Este efecto es reforzado por las estrategias que se enumeran a continuación.

Expresiones que remiten al ámbito educativo

Como sabemos, la prueba del *ethos* admite la creación de múltiples imágenes. En el caso de los cinco libros que nos ocupan, la imagen creada en la enunciación comparte características con el “*ethos* pedagógico-experto” construido por Vitale. Este remite a una escena en la que el enunciador se posiciona como un profesor que dicta clases a sus alumnos.

Podemos dar cuenta del *ethos* pedagógico gracias a la presencia de expresiones profesoriales en nuestros textos. Podemos destacar la utilización de verbos del conocimiento atribuidos al enunciatario -como “comprender”, “dominar”, “aprender”, “recordar”- o atribuidos al enunciador -como “compartir”, “transmitir”, “explicar”, “difundir”. A estos verbos podemos agregar la aparición de sustantivos vinculados al mundo escolar como “sabiduría”, “lecciones”, “cursos”, “instrucción”, “desafío”,

“prejuicios”, “ideas”, “educación”, entre muchos otros. Además, es posible reconocer expresiones propias de un discurso pedagógico caracterizado por frases demostrativas -como “veamos un ejemplo”, “esto es lo que el autor sabe”- o reelaborativas - “en otras palabras”, “en palabras sencillas”, “nos referimos a”, “en realidad”.

Un ejemplo muy claro de este tipo de expresiones lo ofrece el libro de Julieta Tarrés cuando confiesa que su objetivo es contribuir a su “larga batalla contra el analfabetismo financiero”. Según la autora, los argentinos nos caracterizamos por llevar un vínculo apasionado con el dinero y por creer que sabemos sobre temas de finanzas cuando, en realidad, no es así. Por eso, el enunciador declara:

Lo primero que pensé es que tenía que encontrar una forma de seducir a un lector promedio, que cree que sabe, y al que probablemente no le interesen ni la economía ni las finanzas. Porque decirle a la gente “ignorante” no es grato, todo lo contrario. A nadie le gusta enterarse que parte de sus problemas con el dinero son consecuencia de una sucesión de malas decisiones, que en gran medida ocurren por falta de información. (Tarrés, 2024: 3).

El fragmento anterior, da cuenta de un *ethos* pedagógico-experto ya que construye al enunciador como alguien que tiene que encontrar los recursos para seducir, contradecir, y hacerle saber cosas a un enunciatario caracterizado por su “ignorancia” y “analfabetismo”. Más adelante veremos que, a pesar de que todos los libros de autoayuda buscan transmitir un saber, algunos reconocen en sus lectores/as a personas capacitadas que, lejos de ser “ignorantes”, poseen en su interior todas las cualidades necesarias para lograr su transformación.

Léxico técnico y figuras didácticas

El registro profesoral se destaca especialmente en los libros de autoayuda financiera que integran nuestro *corpus* debido a la utilización de léxico técnico y figuras didácticas. El libro de Kiyosaki, por ejemplo, sienta sus bases sobre el “cuadrante del flujo del dinero”, imagen que se transcribe aquí.



Este diagrama busca distinguir entre cuatro posiciones relativas a la situación financiera de una persona. Del lado izquierdo, se representan aquellas personas que son empleadas en un trabajo: la E identifica a los empleados mientras que la A a aquellos profesionales que se han convertido en propietarios de su propio negocio, a quienes podríamos llamar autónomos. Estas dos figuras están, de acuerdo con el libro, atrapadas en “la carrera de la rata” ya que su subsistencia depende de un trabajo constante y un esfuerzo cada vez mayor. Del lado derecho se encuentran aquellas posiciones que se muestran como deseables. La D representa al propietario de un negocio que logró que otras personas trabajen para él, pero que probablemente no puede abandonar definitivamente la dirección de su empresa. La I representa el lugar que el enunciatario considera óptimo ya que allí se encuentran los inversionistas que tienen dinero trabajando por ellos. Este gráfico transmite una de las enseñanzas fundantes de los productos de *Padre Rico, Padre Pobre* y contribuye a activar el “ethos prediscursivo” que se tiene del autor en tanto escritor de renombre. De esta manera, los conocimientos transmitidos por el autor en sus libros previos son recuperados al comienzo de este libro con la reintroducción del cuadrante y retomados a lo largo de cada historia como el esquema a través del cual se interpreta el éxito y el fracaso de los protagonistas.

De una manera similar, el libro de Tarrés dedica una sección final a la explicación de conceptos financieros, cuyo desconocimiento trae problemas a los/as argentinos/as que protagonizan las historias de la primera parte, a quienes caracteriza como “sobrevivientes de desequilibrios económicos constantes y, a la vez, víctimas de la falta de educación financiera que sufre la población nacional” (91). Los capítulos finales están dedicados a: la bolsa de valores, el dólar y el mercado cambiario, las billeteras digitales, las tarjetas de crédito y el sistema bancario, y el sistema tributario.

Si bien el contrato de complementariedad fundado en la asimetría entre un enunciador pedagógico y un enunciatario-estudiante es característico de la mayoría de los integrantes del *corpus*, es posible afirmar que se radicaliza en los textos dedicados a las finanzas en virtud de que adoptan un léxico técnico desde la presuposición de que sus lectores/as lo desconocen por completo y que recurren al libro para aprender.

Preguntas didácticas

El “ethos pedagógico-experto” que expresan estos libros se construye también a través del uso de preguntas didácticas. El uso de la interrogación nos introduce en el mundo de las “modalidades de enunciación” y, por lo tanto, en el seno de una relación interpersonal entre los protagonistas de la comunicación. Veamos algunos ejemplos del uso de la interrogación por parte de estos libros:

En un momento como ése, ardiente de odio el aire, Rockefeller quería conquistar a su manera de pensar a todos los huelguistas. Y lo consiguió. ¿Cómo? Veamos cómo... (Carnegie, 1936 [1981]: 155).

¿Por qué la persona media, incluso en una época de tantos conocimientos como la actual, no se atreve a negar su creencia en las fábulas? La respuesta es: «por el temor a la crítica». (Hill, 2016 [1937]: 224).

Pero entonces, ¿por qué se le dice impuesto inflacionario si técnicamente no lo es? Simplemente porque cuando hay más pesos circulando en la economía, sin una convalidación de la demanda de dinero, cae el valor de la moneda y eso hace que los precios suban de forma generalizada. (Tarrés, 2024: 111)

Los fragmentos presentados dan cuenta de la polifonía de voces a la que nos enfrenta la interrogación: la pregunta viene a representar la voz del enunciatario que, como un estudiante, interrumpe el discurso con dudas y abre la posibilidad de que el enunciador las aclare. El enunciador pedagógico se caracteriza por recurrir a una interrogación didáctica que funciona como una estrategia para ofrecer respuestas inmediatas antes que como un medio para provocar la reflexión de quienes leen.

Enumeración

Otro recurso didáctico que se puede reconocer en estos libros es el uso de enumeraciones. Este ejercicio de cuantificación se utiliza como medio para presentar de manera organizada ciertas ideas que el enunciador quiere que su enunciatario recuerde con especial atención, como en el caso del ejemplo siguiente:

Es probable que esté familiarizado con la Ley de Murphy y el Principio de Pedro. Hace poco me encontré con algo que se ha dado en llamar Reglas para el ser humano. Creo que la lista describe bien el estado en que nos encontramos como personas:

Regla # 1: Usted tiene que aprender lecciones.

Regla # 2: No hay faltas, solo lecciones.

Regla # 3: Una lección se repite hasta que se aprende.

Regla # 4: Si no aprende las lecciones fáciles, se hacen más difícil. (El dolor es una forma en que el universo consigue que se le preste atención.)

Regla # 5: Usted sabrá que ha aprendido una lección cuando sus acciones cambien. (Maxwell, 2000: 13).

En el fragmento anterior, extraído de *El lado positivo del fracaso*, el enunciador quiere transmitir las cinco “reglas para el ser humano”. Como estrategia didáctica, construye una lista que enumera las reglas y las sintetiza en oraciones de poquísimas palabras. Este recurso es frecuentemente utilizado en los libros de autoayuda para enumerar reglas, para enlistar características, para presentar una sucesión de pasos a seguir o para reiterar de manera acumulativa ciertos consejos. De hecho, en *El lado positivo del fracaso*, los capítulos concluyen presentando “pasos hacia el lado positivo del fracaso” que se acumulan hasta crear una guía de 15 pasos. En *Cómo ganar amigos*, cada capítulo deja una regla que, al final de cada sección, se enumeran conjuntamente. *Piense y hágase rico*, por su parte, está organizado como una sucesión de capítulos que exponen 13 “pasos hacia la riqueza”. Mediante la cuantificación y la enumeración se fabrica un enunciador profesoral que, parado frente a un pizarrón, escribe una lista de consejos que el enunciatario debe interiorizar. Asimismo, la cuantificación es frecuentemente utilizada en los títulos de los libros de autoayuda para darle a los/as posibles lectores/as la impresión de que se trata de un libro sencillo donde encontrará concretamente la ayuda que busca. Un ejemplo de esto lo encontramos en *10 secretos para conseguir el éxito y la paz interior*, libro sobre el que hablaremos más adelante.

Modelo y antimodelo

El enunciador pedagógico que identifico en estos cinco textos se ubica en una posición superior a su enunciatario. Los elementos que veremos a continuación contribuyen a demarcar las jerarquías en el contrato de lectura. La primera estrategia que destaca la asimetría es la transmisión de consejos a partir de experiencias personales. Veamos algunos ejemplos:

Cuando mi esposa Margaret y yo estábamos criando a nuestros hijos, Elizabeth y Joel Porter (ambos ahora casados), nos dimos cuenta que nuestro hijo era porfiado como él solo. (...) Margaret y yo tuvimos que trabajar duro para quitarle esa inclinación. (Maxwell, 2000: 38).

Yo iba a pescar al estado de Maine todos los veranos. Personalmente, me gustan sobremanera las fresas con crema; pero por alguna razón misteriosa los peces prefieren las lombrices. Por eso, como cuando voy de pesca no pienso en lo que me gusta a mí, sino en lo que prefieren los peces, no cebo el anzuelo con fresas y crema. En cambio, balanceo una lombriz o saltamontes frente al pez y le digo: «¿Te gustaría comer esto?». ¿Por qué no proceder con igual sentido común cuando se pesca a la gente? (Carnegie, 2022 [1981]: 48)

Hace años, mi padre rico me explicó que había millones de formas de volverse rico. Era mi trabajo encontrar la que mejor se ajustara a mí. Así que en lugar de volverme rico siguiendo las huellas de mi padre rico, usando su receta para el éxito, tomé su guía y sabiduría, y encontré el camino que mejor me funcionaba. Y de eso es de lo que está hecho este libro. (Kiyosaki, 2019 [2005]).

Si bien podemos encontrar muchos más ejemplos, estos tres fragmentos bastan para observar la presencia de un enunciador fuerte, que habla en primera persona y que utiliza testimonios personales como recurso para transmitir consejos. Esto nos da la idea de un enunciador privilegiado por un conocimiento o una experiencia que su enunciatario no posee.

Estos testimonios en primera persona son combinados con relatos en tercera persona, a través de los cuales los autores fundamentan sus consejos de acuerdo a las biografías de personas destacadas. La selección de personalidades famosas es uno de los grandes indicadores espacio-temporales de los libros. Mientras *Cómo ganar amigos y Piense y hágase rico* recurren a historias que sucedieron durante las Guerras Mundiales y tienen como protagonistas a ex presidentes de los Estados Unidos y a empresarios de la era industrial como Henry Ford o Andrew Carnegie, los libros escritos a comienzos de este siglo recurren a testimonios de empresarios, pero también de deportistas, de escritores y con frecuencia, de personas comunes.

Tanto los testimonios personales como los que retratan las historias de terceros, funcionan como modelos y antimodelos, es decir, mostrando lo que se debe hacer o, por el contrario, mostrando aquello que no se debe hacer. No obstante, como sostiene Perelman (1997), una acción cualquiera no es digna de ser imitada sino que se imita sólo a aquel que reviste autoridad o prestigio social. Por eso mismo, la literatura de autoayuda elige cuidadosamente a sus héroes: mientras que los modelos son figuras ampliamente reconocidas en sus campos -presidentes, grandes empresarios, deportistas y artistas célebres e incluso los propios autores-, para los antimodelos se suele elegir figuras “mortales” o “profanas”, como personas comunes con las que el autor tuvo conversación alguna vez.

El uso del modelo y el antimodelo es constitutivo de *#ArgenPlata* e *Historias de éxito*. Se trata de dos libros contruidos en base a testimonios e historias de gente común que plasman, en el primer caso, las dificultades que atraviesan los argentinos en su gestión financiera y, en el segundo, los beneficios obtenidos de seguir los consejos del “padre rico”.

Modalidad imperativa.

Por último, la distancia que caracteriza los contratos de complementariedad encuentra su máxima expresión en el uso de la modalidad imperativa. Los libros de autoayuda utilizan el imperativo para presentar sus lecciones (“permita que la otra persona sea la que hable más” dice Carnegie entre sus consejos) pero también para marcar los pasos de ejercicios prácticos que se le proponen a quienes leen para lograr su transformación (“exámínesse a sí mismo con cuidado, y determine cuántas de estas excusas ha hecho tuyas” ordena Hill a su lector/a). Con esta modalización se construye una distancia máxima entre enunciador y enunciatario, donde el primero renuncia a la “sugerencia” y prefiere el registro de la “orden”.

Negación polifónica (o polémica).

Por último, el “ethos pedagógico-experto” manifiesta su jerarquía mediante la negación. En el libro de Maxwell, por ejemplo, le dedica un apartado al fracaso que se titula “Lo que el fracaso no es...”. Allí, podemos recatar los siguientes subtítulos:

La gente cree que el fracaso se puede evitar, y no se puede.

La gente cree que fallar es el resultado de algo, y no lo es.

La gente cree que el fracaso es objetivo, y no lo es.

La gente cree que el fracaso es un enemigo, y no lo es.

La gente cree que fallar es algo irreversible, y no lo es.

La gente cree que el fracaso es un estigma, y no lo es.

La gente cree que después del fracaso ya no hay más, y no es así.

Todos estos títulos nos enfrentan a un enunciador pedagógico que, mediante el uso de “negaciones polifónicas” (García Negroni, 1998) descalifica la voz de un otro. En todos estos casos, el enunciador genera un efecto descendente en el que presenta el punto de vista de un locutor (“la gente cree”) y se opone a él (“y no lo es”). Esta operación tiene por efecto invertir el sentido de la frase positiva previa y situar al enunciador en un espacio complementario que se caracteriza por la verdad.

3.3.2. Los híbridos: el caso de *Mindset*

El análisis revela que al menos la mitad de los libros que conforman el *corpus* de este trabajo se caracterizan por proponer un contrato de complementariedad asumido por un enunciador pedagógico. La relación de complementariedad implica la creación de distancia entre el enunciador y el enunciatario, forjada mediante a) el posicionamiento del enunciador en un lugar de saber, b) expresiones que remiten al ámbito educativo, c)

el léxico técnico, d) las preguntas didácticas, e) las enumeraciones, f) el modelo y el antimodelo, g) la modalidad imperativa, h) la negación polifónica.

Estas operaciones enunciativas se presentan de manera coherente en cinco de los textos de nuestro *corpus*: 1) *Cómo ganar amigos*, 2) *Piense y hágase rico*, 3) *El lado positivo del fracaso*, 4) *Historias de éxito* y 5) *#ArgenPlata*. No obstante, Verón (1985) advierte que las modalidades del decir que hacen a los distintos contratos “pueden combinarse entre ellas, dando lugar a contratos más o menos complejos y coherentes” (9). Tomando este recaudo, es admisible que alguna de las estrategias enunciativas enumeradas anteriormente forme parte, también, de libros que no necesariamente suscriben a un contrato pedagógico. De hecho, veremos más adelante que la utilización del imperativo está presente en los libros de nuestro *corpus* que proponen un contrato más simétrico entre enunciador y enunciatario, pero que, combinado con otras operaciones logra efectos diferentes.

Atendiendo a la complejidad de los contratos, considero que *Mindset*, el libro de Carol Dweck, es un ejemplo fronterizo del contrato de complementariedad propuesto por un enunciador pedagógico. En este caso, el enunciador demuestra una fuerte presencia en el texto y se corresponde con la autora: habla en primera persona sobre su experiencia como docente e investigadora y expone ejemplos extraídos de sus pacientes y de estudios propios. Además, sus afirmaciones dan cuenta de un bagaje disciplinario: son frecuentes las citas a otros psicólogos, neurólogos y pedagogos, se ancla en casos de estudio y presenta estadísticas y datos.

Aunque reposa en el *ethos* previo de la autora quien, efectivamente, es docente, el *ethos* pedagógico del enunciador se corrobora en la utilización de conceptos que son transversales a toda la obra como “coeficiente intelectual”, “mentalidad fija” y “mentalidad de crecimiento”, y en el uso de cuadros e imágenes que funcionan como prueba o como síntesis de los conocimientos que transmite el libro. Reforzando el objetivo pedagógico, el libro dedica una sección final en todos sus capítulos a “cultivar la mente” y propone ejercicios para que quienes leen se entrenen en sus preceptos. Su aura profesoral es reforzada en el texto mediante el uso de notas al pie que justifican la procedencia de los datos o agregan información y al final del libro en el apartado “libros recomendados” donde la autora deja bibliografía para que su lector/a siga trabajando su mentalidad.

A pesar de que el enunciador de *Mindset* tiene características que lo asemejan al enunciador pedagógico descrito en esta sección, también es posible encontrar ciertas elecciones enunciativas que suavizan la asimetría y acercan el contrato a aquel que presentaremos más adelante como “contrato de simetría”. Al utilizar frases de gratitud como “Para mí es un privilegio compartir todo esto contigo” (8) o al introducir las

preguntas didácticas diciendo “En este momento es probable que quieras hacer varias preguntas. Deja que vea si puedo contestar alguna de ellas” (45), el enunciador muestra cierta dulzura con su interlocutor que contribuye a desarmar el esquema experto-inexperto que plantea el contrato pedagógico. En las frases anteriores, el enunciador de *Mindset* “comparte” sus descubrimientos antes de enseñar verdades o secretos inaccesibles y acerca respuestas que “pueden” aclarar dudas, pero deja librado a que también puedan resultar insuficientes. Además, el tuteo, el escaso uso del modo imperativo y su reemplazo por afirmaciones enunciadas desde un “nosotros inclusivo” que sitúa al enunciador y al enunciatario en un mismo punto de vista, tienden a suavizar la transmisión de consejos. Asimismo, el enunciador reproduce la voz de su interlocutor: “Seguro que estás pensando: ay, ay, ¿y qué pasa cuando dos personas de mentalidades diferentes se juntan?” (24). Esta elección produce un acercamiento entre ambas figuras ya que expone al enunciador a un diálogo directo con su interlocutor, dándole espacio en el texto para que tome la palabra con legitimidad. Por último, en *Mindset* la interrogación no es utilizada siempre con fines didácticos -es decir, en un formato pregunta-respuesta- sino que el enunciador también propone ciertas preguntas complejas que tienen como objetivo provocar la reflexión del enunciatario sobre una determinada situación, logrando una interpelación más cercana del tipo “¿qué harías si estuvieses en el lugar del protagonista?”.

Evaluando todas estas características, considero que, si bien el libro de Dweck no puede dejar de ser pensado como una narrativa a cargo de un enunciador pedagógico -específicamente, como un libro escrito por una profesora universitaria y una investigadora en el campo de la psicología y la mentalidad- es innegable que posee rasgos que suavizan la asimetría característica de la relación profesor-alumno. Por lo tanto, considero que se trata de un caso fronterizo que combina estrategias enunciativas para construir un contrato complejo donde, si aceptamos que hay un enunciador profesoral, al menos se trata de un “profe buena onda”. Un profesor cariñoso, receptivo y dispuesto a ayudar a su estudiante y que reconoce en él a una persona capaz de tomar sus consejos y producir un cambio en su mentalidad.

3.3.3. El contrato de complementariedad bajo un enunciador impersonal

Si bien el contrato pedagógico predomina en el *corpus*, no es posible sostener que toda la literatura de autoayuda proponga el mismo contrato. En *Fracasos exitosos*, el libro de Stamateas, es posible encontrar una nueva relación entre enunciador y enunciatario que, si bien se caracteriza por la complementariedad, es decir, por la asimetría y la distancia entre ambos lugares, no adquiere los rasgos de la relación pedagógica. Veamos un ejemplo extraído de la introducción.

A medida que avances en la lectura de este libro, podrás darle al término «fracaso» un nuevo significado, una nueva aplicación y la verdadera connotación que este concepto encierra en sí mismo para cada circunstancia. El valor que le des a la palabra «fracaso» y a la palabra «éxito» será el mismo que le des a tu vida. Vivir en el fracaso nos congela y nos hace repetir conductas autodestructivas, matando la creatividad y el talento con el cual fuimos diseñados. (Stamateas, 2010: 6)

En este fragmento, vemos un ejemplo de lo que Verón (1985) llama un contrato de complementariedad puesto a cargo de un “enunciador objetivo o impersonal”. En él, el enunciador propone complementar la posición de su enunciatario; en otras palabras, propone dotarlo de un conocimiento que no posee. Por eso, le promete a quien lee que a medida que avance en la lectura podrá darle al término “fracaso” un nuevo significado.

Borramiento del enunciador

A pesar de que la transmisión de consejos permanece como un elemento ineludible de cualquier libro de autoayuda, el enunciador de *Fracasos exitosos* los transmite de manera atenuada, evitando explicitar su presencia, así como señalar al destinatario. En el fragmento anterior, la atenuación se produce en la última oración, cuando el enunciador esquivo decir “vivir en el fracaso te congela” y opta por hacerse parte de esa aserción mediante el uso de un nosotros inclusivo, “vivir en el fracaso nos congela”.

El borramiento del enunciador a la hora de aconsejar es característico del enunciador impersonal y sus estrategias más comunes son:

- *El nosotros inclusivo:*
“El fracaso nos permite replantear el error”.
- *Las aserciones formuladas en tercera persona:*
“Solo aquellos que se animan a desafiar sus propios errores y fracasos son los que alcanzan el éxito”.
“El hombre exitoso sabe que el fracaso es solo un eslabón en la cadena hacia sus logros y a resultados extraordinarios”.
- *La voz pasiva:*
“El fracaso nunca se considera una derrota, ni un punto de arribo”.
- *Las preguntas que contienen en ellas parte de sus respuestas:*

“¿Quién puede acaso determinar si fracasaste? ¿El proceso, tu compañero de trabajo, tu jefe, un resultado arbitrario? ¿Quién de todos ellos es el encargado de decidirlo?”

Además, el enunciador impersonal de *Fracasos exitosos* no se identifica con Stamateas, el autor del libro, como sí lo hacían los enunciadores pedagógicos. En ninguna parte el enunciador recurre a experiencias personales ni a testimonios propios. En cambio, sí utiliza con frecuencia testimonios y citas de otras figuras famosas.

Verdad objetiva

El enunciador impersonal está empeñado en borrar sus huellas. No obstante, antes que quitarle fuerza a los argumentos, esta estrategia funciona como una manera alternativa de legitimar lo dicho. Lejos de hablar una verdad privada, un secreto del que sólo él es guardián, el enunciador habla una verdad objetiva y universal. Se trata de una forma discursiva que asemeja sus maneras a los cánones de la academia (al menos por momentos) y reclama la legitimidad de un saber científico antes que de un saber basado en la experiencia personal.

En este sentido, es posible encontrar en *Fracasos exitosos* sus fuentes debidamente citadas: utiliza notas al pie y dedica un apartado final a la “bibliografía” donde pone como referencia *Padre Rico* de Kiyosaki, *Mindset* de Dweck y tres títulos de Maxwell, *El lado positivo del fracaso* entre ellos.

A través del enunciador objetivo o impersonal el libro logra crear una distancia respetuosa entre el enunciador (quien sabe) y el enunciatario (quien lee para saber) que lo asemeja a la modalidad de un manual técnico. Este vínculo no deja de ser una relación distanciada y asimétrica. Por eso, es posible encontrar en *Fracasos Exitosos* algunas operaciones discursivas propias del contrato de complementariedad: hay cuantificaciones y enumeraciones, aparecen preguntas didácticas que son respondidas rápidamente por el enunciador, algunas frases aparecen destacadas en negritas o en cuadros para generar pregnancia, se proponen ejercicios prácticos, aparecen formas imperativas y es posible encontrar verbos epistémicos. La combinación de estrategias enunciativas, antes que oscurecer el análisis nos llama la atención sobre aquellos recursos que distinguen a este libro por sobre el resto del *corpus*, otorgándole una impronta diferente.

3.3.4. Contrato de simetría

Sin agotar, por supuesto, la diversidad de nuestro *corpus*, llegamos al último contrato de lectura identificado. Lo que denomino como “contrato de simetría” responde a un

objetivo opuesto al de complementariedad: mientras que el segundo busca establecer asimetría y dotar a quien lee de algo que no posee, el primero se propone construir familiaridad e intimidad entre enunciador y enunciatario. En este sentido, el contrato de simetría se basa en la premisa de que tanto el enunciador como el enunciatario tienen un estatuto similar (ambos son personas con dificultades) y que la diferencia es solo de grado (es la experiencia ganada la que le permite al enunciador aconsejar). Mientras que el enunciador pedagógico de *#ArgenPlata* creía que su lector/a era profundamente ignorante, el contrato de simetría construye la imagen de un enunciatario capaz, con potencialidades insospechadas y la de un enunciador cercano, accesible, que acompaña incondicionalmente. Este contrato crea una escena de intimidad que favorece la autoinspección de quien lee y es frecuentemente utilizada en temáticas de espiritualidad y bienestar interior.

Enunciador como acompañante

Los tres libros de nuestro *corpus* que construyen este contrato son 1) *10 secretos para conseguir el éxito y la paz interior*, de Wayne Dyer, 2) *Tu mejor versión*, de Emmanuel Cestaro y 3) *Cómo fracasar con absoluto, rotundo y total éxito*, de Hernán Schuster. La característica central que me permite ubicarlos dentro de un contrato de simetría es el uso de ciertas frases en las que el enunciador se dirige al enunciatario de manera directa, no para ejercer la sanción de un profesor, sino para acercar la palabra de un amigo. Veamos el comienzo de *Tu mejor versión*:

Estas páginas te proponen un viaje.

Fueron creadas para que transitemos juntos un camino de cambio. Aquí guardarás el registro de tu increíble transformación. Quiero acompañarte en la búsqueda de tu fortaleza interior, quiero que encuentres e identifiques las herramientas para ir hacia el éxito con paso seguro. El camino es tu entera construcción. Yo seré tu guía. (Cestaro, 2024: 3).

En este fragmento, el momento de la lectura no es pensado como un momento de estudio y aprendizaje sino como un “viaje” o un “camino” que lleva hacia un “cambio” o una “transformación”. El enunciatario es representado como el peregrino y el enunciador como su “guía” que “acompaña” la travesía, mas no la construye. Los consejos enunciados en este párrafo están encubiertos a la manera de deseos del enunciador (“quiero que encuentres e identifiques las herramientas para ir hacia el éxito”). También es posible encontrar las recomendaciones del libro introducidas con frases como “te invito”, “te ofrezco” o “quiero contarte”. De una forma similar, en el libro de Dyer, la transmisión de consejos está introducida por frases como “le sugiero”, “le recomiendo”,

“le pido”, “le animo” y en el libro de Schuster, los ejercicios prácticos que se proponen aparecen como invitaciones a que quien lee encuentre sus propias respuestas: “te invito a encontrar tus propios ejemplos de fracaso en las organizaciones respondiendo a estas dos preguntas”.

Relación simétrica

Otro elemento que advierte la presencia de un enunciador amistoso aparece en *Cómo fracasar* y en *10 secretos* cuando los autores le indican a quien lee que puede tomar aquello que le resulte interesante y útil del libro y descartar el resto.

Elegí lo que más te guste de estas páginas, lo que pienses que es mejor para vos, y descartá el resto. En este libro, al menos, te propongo que seas tu propio terapeuta y que te hagas ciento por ciento responsable de tu propio éxito. (Schuster, 2024: 14)

He escrito este libro, pues, con la esperanza de que sea de ayuda para todos aquellos que desean evitar esos sentimientos de inadaptabilidad y encontrar así la paz de Dios que define verdaderamente el éxito. Lea estos secretos con un corazón abierto. Aplique los que resuenen con su ser interior y descarte aquellos que no lo hacen. (Dyer, 2009: 12)

Estos fragmentos contrastan con el capítulo de *Cómo ganar amigos* dedicado a indicar cómo sacarle un mayor beneficio a la lectura del libro. En el caso de estos libros basados en un contrato de simetría, el enunciador ve en el enunciatario a un/a lector/a capaz de distinguir los contenidos valiosos de los prescindibles y le alienta a que tome su propio camino en la lectura. De esta manera se construye una relación en la que el enunciador y el enunciatario tienen igual potestad de decidir sobre el contenido del libro.

Representación de la voz del enunciatario

La simetría también se fabrica mediante la representación de la voz del enunciatario en el discurso. En estos casos, el enunciatario se anticipa a las contestaciones o sensaciones que puede tener su lector/a y trae su voz para hacerlo parte de la discusión, generando un intercambio directo entre ambos en el que se plasma la cercanía. Veamos algunos ejemplos:

Si Dios lo creó todo y todo lo que Dios creó era bueno, el mal no existe. “Pero”, dice usted, “las enfermedades, la falta de armonía, el desespero y todos los demás males, parecen existir y proliferar en nuestro mundo.” (Dyer, 2009: 50)

Sé que estás disfrutando de este proceso de registrar por escrito tu día a día en el camino hacia tu mejor versión. Me gusta que conectes contigo y sientas que tienes un poder enorme, que hay una energía en ti capaz de lograr muchísimo más de lo que jamás imaginaste. (Cestaro, 2024: 28)

Este recurso aparece con mayor frecuencia aún en el libro de Schuster. Allí, el enunciador establece una conversación continua con su enunciatario que se manifiesta en el uso de afirmaciones que vienen a responder una pregunta que no aparece en el discurso, sino que se le atribuye al/a la lector/a.

Quiero empezar pidiéndote que tomes un lápiz y utilices el recuadro de acá abajo. ¿Qué se te viene a la cabeza cuando te menciono las palabras “fracaso”, “falla” y “error”? ¿Qué experiencias y anécdotas te evocan? ¿Cómo te hacen sentir? Sí, ya sé, apenas empezamos y ya estoy dándote tarea. Pero haceme caso, vale la pena. Escribí lo primero que se te venga a la cabeza, sin pensarlo demasiado. (Schuster, 2024: 16)

Con la frase coloquial, “sí, ya sé”, el enunciador de *Cómo fracasar* establece una polifonía de voces que funciona de manera opuesta a la que propone el enunciador pedagógico del primer contrato que vimos. Allí, la polifonía se establecía mediante la negación polémica que producía un efecto descendente de la palabra del otro. Por el contrario, en el contrato de simetría, la voz del enunciatario es recuperada para darle legitimidad, otorgándole la razón y, por ende, produciendo un efecto ascendente.

Cabe destacar que el enunciatario de los tres libros que clasificamos dentro del contrato de simetría se asemeja al autor del libro. En el caso de Dyer, sabemos que se trata de un autor de renombre dentro del campo de la Psicología Positiva y deja asentada su experiencia en primera persona en la introducción. Pero también Cestaro recuerda a sus lectores/as de sus cursos de nutrición y de su libro anterior. Por su parte, Schuster dedica todo un capítulo del libro a contar su historia personal para que quienes leen lo conozcan y refuerza su legitimidad con dos prólogos realizados por personajes públicos. Si el enunciador es el propio autor del libro, entonces la representación de la voz del enunciatario en el discurso genera un intercambio directo y de confianza entre autor y lector/a. Este diálogo adquiere rasgos de intimidad ya que los autores transmiten testimonios en los que han tenido que atravesar una dificultad. Pero también, los diálogos representan la voz de los/las lectores/as como sujetos vulnerables que atraviesan sus miedos a medida que avanzan en la lectura del libro.

Registro informal y el uso de lunfardo.

Por último, la simetría queda patente en *Cómo fracasar* gracias a la elección de un registro informal y de un léxico propiamente argentino que ubica al enunciador y al enunciatario como compatriotas. El libro está repleto de historias y metáforas vinculadas al fútbol donde los protagonistas son jugadores de la selección nacional como Lionel Messi o el “Pipita” Higuain. Además, dice “viejos” para referirse a sus padres y utiliza frases como “forrado en guita”, “ni lo mosquea”, “en cuero” o “estar sonado”, entre muchas otras.

La narración de *Cómo fracasar* es llevada adelante por un enunciador que busca ser gracioso introduciendo chistes en el texto. En la siguiente frase, el enunciador se permite bromear con la propia seriedad de los datos que aporta:

Y aunque desde hace más de siete años que estudio todo esto del fracaso, no se trata de algo que haya descubierto yo solito, sino que hay estadísticas que lo demuestran. ¿Cuáles? Seguramente las de alguna universidad norteamericana con una “CH” en el nombre, porque casi todas tienen una “CH” en el nombre, ¿no? Tal vez Chicago, Charlotte, Massachusetts, Michigan y hasta la famosísima “Charvard”. (Schuster, 2023: 7)

Todas estas estrategias enunciativas contribuyen a la construcción de proximidad y afecto entre los protagonistas de la conversación. En el caso del libro de Schuster, la cercanía se percibe como una relación de amigos mientras que el libro de Cestaro y el de Dyer construyen una relación más respetuosa del tipo gurú-aprendiz.

3.3.5. Los híbridos: el caso de *Cómo fracasar*

Cabe agregar que el libro de Schuster, aunque basado en un contrato de simetría entre el autor y quienes leen, también despliega estrategias pedagógicas a través de las cuales presenta teorías, conceptos y datos de la realidad. No obstante, estas operaciones pedagógicas son atribuidas a enunciadores externos, frecuentemente personalidades famosas, a quienes se cita en el propio texto.

Otro factor que incide en nuestra percepción del mundo es el relacionado con los sesgos. Estos son una interpretación errónea y sistemática de la información disponible, que ejerce influencia en la manera de procesar los pensamientos, emitir juicios y tomar decisiones. Así fueron definidos por los psicólogos Daniel Kahneman y Amos Tversky en 1972. (Schuster, 2023: 27)

De esta manera, la responsabilidad de la parte “técnica” del libro está a cargo de figuras expertas de las cuales el autor, en todo caso, reproduce sus enseñanzas. La cita a expertos y la ejemplificación a través de historias de vida de personalidades públicas acerca al libro de Schuster a los límites del contrato de complementariedad pedagógico. Sin embargo, frente a estas lecciones el enunciador del texto se posiciona en el mismo espacio que los/las lectores/as: como aquel que aprende de “los que saben”. Esta particular manera de presentar el discurso experto a través de citas directas o indirectas quitándole responsabilidad al enunciador es lo que me permite ubicar al libro de Schuster todavía dentro de un contrato de simetría.

3.4. En resumen

En este capítulo exploramos discursivamente los libros de nuestro *corpus* bajo la premisa de que el contenido del discurso no es más importante que la manera en que ese discurso es enunciado. El análisis desplegado arriba da cuenta de la heterogeneidad que reviste el género de la autoayuda no sólo en sus temáticas sino también en sus formas discursivas. Si bien algunas estrategias son transversales a todos los textos, es posible afirmar que la preferencia por ciertas formas enunciativas y su combinación les permite a los textos delinear contratos de lectura diversos. Lejos de ser elecciones accesorias o secundarias, las modalidades de enunciación desplegadas a lo largo de los textos definen una estrategia comunicacional propia de cada libro en la que se define una imagen del enunciador, una imagen del enunciatario y una relación de poder entre ellos.

El análisis demuestra que la mayoría de los libros propone un contrato de complementariedad según el cual el enunciador posee un saber del que el enunciatario carece. De esta manera, el intercambio mediante la lectura tiende a complementar el estado de ambos: aquel que sabe puede dar su conocimiento y aquel que no sabe puede recibirlo. Se trata, en última instancia, de una relación asimétrica entre enunciador y enunciatario.

No obstante, dentro de este contrato de complementariedad se observan variaciones en el rol que adquiere el enunciador. Al menos cinco de los libros del *corpus* (*Cómo ganar amigos, Piense y hágase rico, Historias de éxito, #ArgenPlata* y *El lado positivo del fracaso*) proponen un enunciador cuya imagen -o su *ethos* en términos de retórica antigua- se asemeja a la de un profesor. A esta imagen la denominé *ethos* pedagógico-experto en virtud de sus coincidencias con la categoría de Vitale (2013). La identidad profesoral es atribuida al enunciador mediante estrategias propiamente enunciativas: la narración desde la primera persona, el recurso a testimonios del enunciador, la

referencia al conocimiento del enunciador como legitimante del discurso, la utilización de verbos epistémicos y frases profesorales, el imperativo, la enumeración, la elección de un léxico técnico, el recurso a gráficos y cuadros explicativos, las preguntas didácticas y la negación polifónica. Estas estrategias enunciativas contribuyen a delimitar el contrato entre los libros y sus lectores/as según el cual los primeros son fuente de sabiduría y los segundos, meros estudiantes. Por supuesto, no todas estas elecciones aparecen en todos los textos ni tampoco están ausentes en el resto de los libros del *corpus*, pero sí adquieren una preponderancia especial en estos cinco títulos que nos permiten ubicarlos en esta categoría.

Por otro lado, todavía dentro de una relación de complementariedad, ubico el libro de Stamateas, *Fracasos exitosos*. Este libro se diferencia de los cinco anteriores ya que su enunciador se concentra en la tarea de borrar sus huellas del discurso. El enunciador de *Fracasos exitosos* es un experto, pero no por sus credenciales ni por sus experiencias personales, sino porque habla el lenguaje objetivo de la ciencia. Se trata de un “enunciador impersonal u objetivo” que prefiere transmitir consejos a través de un nosotros inclusivo, de la tercera persona, de frases pasivas o mediante preguntas que poseen sus propias respuestas. Además, prescinde de los testimonios personales; no sabemos nada de la vida privada del enunciador porque prefiere un discurso objetivo fundado en investigaciones científicas o en referencias que son debidamente citadas.

Dentro del *corpus* encontramos, también, libros que proponen una relación completamente diferente a la de los primeros. *Tu mejor versión*, *10 secretos* y *Cómo fracasar* construyen en la enunciación una relación simétrica con sus lectores/as caracterizada por la intimidad y la confianza. Antes que profesor-alumno, se trata de un amable vínculo peregrino-guía. En estos libros se destacan la introducción de los imperativos mediante frases como “te sugiero”, “te invito”, “te propongo” que transforman los consejos desde una orden hacia una surgencia. Además, sostienen que el enunciatario es una persona tan capaz como el enunciador y lo animan a opinar sobre el contenido del libro mediante una lectura activa y crítica que se refleja en el uso de preguntas complejas que instan a la reflexión, en la representación de la voz de los/las lectores/as en el texto, y en la libertad que les dan a los destinatarios de decidir sobre la relevancia de los contenidos del libro.

Por último, también observamos casos que combinan estrategias enunciativas para construir contratos complejos. Dentro de estos ejemplos encontramos el libro de Dweck y el de Schuster. El primero, un caso de enunciador pedagógico que adquiere formas del contrato de simetría. El segundo, un caso de simetría pero que trae las voces de profesionales dando lugar por momentos a un discurso pedagógico. Ambos libros se

encuentran en los límites de las categorías utilizadas debido a la combinación de formas enunciativas y dan cuenta de la complejidad que puede revestir un contrato de lectura. El análisis presentado en este capítulo nos permite conocer las características de los libros del *corpus* y dar cuenta de la heterogeneidad que caracteriza a nuestro género discursivo. Vimos libros que recopilan historias de vida, otros colmados de ejercicios prácticos, otros que proponen una conversación fluida con sus autores/as y otros que se parecen a un manual técnico. A pesar de esta diversidad, todos los libros del *corpus* persiguen como objetivo la transmisión de consejos para la vida cotidiana y su finalidad última es la de producir un cambio trascendental en la manera en que sus lectores/as experimentan subjetivamente el mundo.

CAPÍTULO 4

Las representaciones discursivas del éxito y el fracaso en la autoayuda

4.1. El abordaje de los objetos

Ahora que tenemos una caracterización de la autoayuda, observamos su presencia entre los/las lectores/as argentinos/as, conocimos los libros del *corpus* y exploramos sus formas discursivas, estamos en condiciones de abordar el análisis de nuestros objetos: el éxito y el fracaso. Para llevarlo adelante con un *corpus* tan extenso, utilicé el *software* de análisis cualitativo Atlas.ti. A través del programa leí los libros completos y codifiqué manualmente todos los pasajes que utilizan las palabras “éxito” y “fracaso”. Una vez realizado este trabajo, extraje 795 citas correspondientes al código “éxito” y 933 que responden al código “fracaso”. Estas listas de fragmentos son los insumos a partir de los cuales realicé el análisis que desarrolla este capítulo.

Para evitar caer en un trabajo excesivamente minucioso que resulte vacío de sentido, decidí no abordar los fragmentos libro por libro. Por el contrario, prefiero centrarme en aquellos significados que son transversales a todo el *corpus* y dar cuenta de los sentidos que adquieren el éxito y el fracaso para la autoayuda en general, sin importar el ámbito de la vida al que se dirige cada texto. En este capítulo, visitaremos al menos seis elementos que se concatenan para construir una representación del éxito: la autenticidad, una concepción del otro, la educación, la acción, el aprendizaje y el cambio. El fracaso, por su parte, no será tratado como una cosa aparte ya que un análisis de la coocurrencia entre los códigos construidos en Atlas.ti indicó que “éxito” y

“fracaso” eran los que aparecían juntos con mayor frecuencia en las citas. Contrariamente a lo que podríamos pensar, el fracaso no es definido por oposición al éxito sino que ambos términos son parte de una misma idea que intento mostrar en este capítulo.

4.2. ¿“Exitoso” en qué sentido?

Como ya vimos anteriormente, la autoayuda se caracteriza por su heterogeneidad y nuestro *corpus* intenta representar la diversidad de temáticas para las que ofrece consejos: tenemos libros de finanzas, otros destinados al desarrollo personal, otros que dan tips sobre cómo alcanzar un mayor bienestar interior. Y esto sin siquiera llegar a abarcar ni la mitad de los subgéneros que se pueden encontrar en las librerías. A raíz de esta heterogeneidad, vale preguntarse cuáles son las metas o los objetivos para los que nos busca preparar cada libro: ¿en virtud de qué la autoayuda nos considera “exitosos”?

Algunos de los integrantes de nuestro *corpus* lo tienen claro: para Kiyosaki el “éxito” puede ser muchas cosas pero el que le interesa es aquel que se da en la intersección entre el dinero y el trabajo. Según Kiyosaki (2019), “las personas que comparten sus historias de éxito en este libro quieren lograr una meta similar: libertad financiera. Todas buscan pasar al lado derecho del cuadrante” (10). Como sabemos, la “libertad financiera” o “el lado derecho del cuadrante” es aquel punto en el que el individuo se libra de la tiranía del trabajo y alcanza un “retiro anticipado” gracias a que logra “dejar de trabajar por el dinero y hacer que el dinero trabaje por él/ella”.

Dyer es otro de los que presentan una definición clara. “He escrito este libro, pues, con la esperanza de que sea de ayuda para todos aquellos que desean evitar esos sentimientos de inadaptabilidad y encontrar así la paz de Dios que define verdaderamente el éxito” (10), sostiene convencido de que el éxito y la paz son lo mismo. No obstante, el resto de los libros no dan una definición tan clara: si bien el objetivo del libro puede ser concreto -enseñar cómo tratar con la gente, para Carnegie; redefinir el fracaso, para Schuster, Maxwell y Stamateas; vencer el analfabetismo financiero de los argentinos, para Tarrés o transmitir el secreto de Andrew Carnegie, para Napoleon Hill- no queda claro cuál es aquel logro que distingue al exitoso. No encontramos tal precisión, de hecho, porque la mayoría de los libros del *corpus* no se preocupan por cerrar ese significado sino más bien por abrirlo.

Schuster, por ejemplo, discute la noción extendida de que el éxito es sinónimo de tener dinero:

También solemos asociar mucho el éxito o el fracaso a lo económico. Alguien que gana buen dinero para nuestros estándares es etiquetado como exitoso, y alguien que está debajo de esos estándares es un fracaso. Sin embargo, está archicomprobado que el dinero no hace la felicidad. Hay gente millonaria que se siente fracasada y que tiene problemas de salud mental, ansiedad y estrés. En ocasiones incluso terminan en suicidio. A la vez, hay gente que no tiene nada y es feliz (Schuster, 2023: 12).

En un sentido similar, algunos autores utilizan términos como “riqueza” o “abundancia” al hablar del éxito, pero lo hacen en un sentido amplio que va más allá del éxito económico. Napoleon Hill, por ejemplo, sostiene que su libro sirve a aquellos que desean “hacer dinero y alcanzar las ricas satisfacciones espirituales que la realización personal proporciona” (7). La ambigüedad de ese éxito se hace patente cuando declara que el secreto que revela el libro ha servido para objetivos disímiles: “algunos han hecho fortunas con él. Otros lo han aplicado con éxito para crear la armonía en su hogar” (10). Otros autores sostienen que el éxito es multidimensional, es decir, que podemos encontrarlo de distintas clases. En su libro, Carol Dweck da ejemplos del mundo del deporte, los negocios, las relaciones interpersonales, la paternidad y la docencia; todos ellos representan un tipo de meta y, por lo tanto, un tipo de éxito diferente. En un sentido similar, Stamateas reconoce la diversidad de nociones posibles y deja en las manos de su lector la tarea de definirlo:

¿Qué es el éxito? Tener quizá millones, coches, propiedades, poder, tierras, dominar países y territorios, fundar una familia, alumbrar un hijo, ser feliz... Diferentes clases de éxito, diferentes metas y distintos propósitos; por eso, te corresponde a ti fijar cuál de todos estos u otros será tu éxito, un éxito individual y que solo puede ser ejecutado y alcanzado por ti, porque te pertenece, porque fue soñado e ideado para que seas tú quien lo conquiste. (Stamateas, 2015: 8)

En un sentido todavía más impreciso, Maxwell y Cestaro sostienen que el éxito no es un destino sino simplemente un camino, un viaje, un proceso. Sin importar cuál de estas metáforas elijan, estos textos fabrican una concepción del éxito que lo representa como un sendero sin punto de llegada. No obstante, esta visión del éxito como un mero caminar no renuncia al objetivo prescriptivo de la autoayuda: mientras se permite prescindir de una definición concreta de la meta, describe con detalle las formas que debe tener el camino hasta allí.

A pesar de que puedan parecer visiones muy diferentes, todos los libros del *corpus*, cada uno a su manera, abona sobre una misma idea. En el fondo de la libertad

financiera, de la paz interior, de la realización personal, de la felicidad que prescinde del dinero y de otras múltiples definiciones posibles reside una visión según la cual el éxito es vinculado a un estado mental y emocional muchas veces más concreto que los resultados mismos que se derivan de él. Dejaré para el próximo capítulo un análisis más profundo sobre esta cuestión y dedicaré este espacio a desentrañar los diversos elementos que se vinculan en los textos al éxito y el fracaso, siempre admitiendo la variabilidad de dimensiones en los que se puedan concretar. Parto de la premisa de que la autoayuda no se preocupa por cerrar el significado que poseen los términos sino por ampliarlos más allá de los sentidos que les otorgamos en su uso cotidiano. Para convencer a quienes leen de que deben abrirse a nuevas concepciones, la autoayuda comienza por demandarles que prescindan de mandatos externos, que descubran su propia esencia y que desarrollen su autonomía. Veamos un poco más en detalle esta idea.

4.2.1. El éxito y la autenticidad

De acuerdo con la literatura de autoayuda, el éxito no es alcanzable sin autonomía. Esto se confirma incluso en la autoayuda financiera que se ha ganado la fama de estar dirigida por una obsesión por el dinero. Desde mi punto de vista, esta es una interpretación apresurada. Cualquiera, tras una lectura atenta de los productos de Kiyosaki, puede rápidamente coincidir en que para alcanzar la libertad financiera no se necesita de una riqueza brutal ni ostentatoria. La libertad financiera es, tal y como lo dice el concepto, libertad antes que finanzas; es la posibilidad de elegir libremente el uso del tiempo y los recursos antes que la acumulación desmedida de riquezas. *Historias de éxito* es muy claro sobre éste punto: el objetivo es “salir de la carrera de la rata”, escapar de ese círculo vicioso representado en una rutina que va “del trabajo a la casa y de la casa al trabajo”. Pareciera ser una obviedad pero, si bien quienes eligen la autoayuda financiera pueden ser atraídos por los millones de sus autores e incluso por un primitivo deseo por el dinero, en realidad estos libros están motivados por un deseo de libertad. Libertad versus un determinado tiempo que se debe dedicar al trabajo, libertad versus una relación contractual, libertad versus la tributación de impuestos, libertad versus la delegación de la administración del propio dinero, libertad versus las responsabilidades con otros, libertad versus una larga carrera profesional, libertad versus la constante preocupación por pagar las cuentas.

Los testimonios que reproduce *Historias de éxito* son, a fin de cuenta, experiencias motivadas por la búsqueda de autonomía. Los protagonistas reconocen el éxito en pasar al “lado derecho del cuadrante”, aquel en el que el individuo no necesita dedicar largas

horas a un trabajo para subsistir, y entienden que esta posición es independiente de la cantidad de dinero que se posea. Reitero, lo significativo no es convertirse en millonario -de hecho, ninguno de los protagonistas lo es- sino dejar de depender de un trabajo como empleado para poder vivir. Ed y Terry, por ejemplo, nos dicen esto tras compartir las cuentas de su primera inversión en bienes raíces que termina con un saldo positivo de sólo 33 dólares: “Sí, tener 33 dólares suena como que vamos en la dirección equivocada, pues no tuvimos flujo de efectivo para un gasto así de tiempo y de energía. Pero para nosotros representaba el potencial para la independencia financiera” (Kiyosaki, 2019: 22). Tras avanzar en sus inversiones y aprender de sus experiencias, su balance se vuelve todavía más positivo. ¿Porque se convirtieron en millonarios? No. “Estábamos tomando el control de nuestras vidas en una forma completamente nueva” (23), sostienen.

De una manera similar, David destaca la autonomía que ha ganado a través de sus inversiones:

Tengo veintisiete años. No hay palabras para describir lo bien que se siente tener el control de mi destino financiero. Al mismo tiempo es muy emocionante saber que mi ingreso no dependerá de alguien más que no sea yo. Si existe algún factor que desarrolle más confianza que éste, seguramente no lo conozco. (Kiyosaki, 2019: 56)

Por supuesto, podríamos seguir encontrando citas como estas. En *Historias de éxito* se relatan historias hasta de niños de 10 años que han comenzado a “ocuparse de sus propios asuntos” con solo unos pocos dólares que consiguieron de sus padres. En todos los testimonios que recoge el libro, la ganancia extraordinaria es la autonomía antes que la riqueza. Se trata de tener el monopolio de las decisiones sobre uno mismo, de ganar un control que se presupone perdido en frases que testifican haber “tomado el control” que no se tenía antes. Someterse, por fin, al dominio propio.

En *#ArgenPlata*, el libro de Tarrés destinado a un público argentino, el sintagma “libertad financiera” no aparece. No obstante, las historias que recopila el libro dan cuenta de cómo los/las argentinos/as parecemos condenados a tomar malas decisiones como consecuencia de nuestra ignorancia en temas financieros. Todas las historias de *#ArgenPlata* muestran cómo el conocimiento financiero libra a los protagonistas de situaciones extremas o, en el caso inverso, cómo el miedo y la ignorancia los meten en problemas graves. Encontramos, por ejemplo, la historia de Juan Antonio, “el hombre que por miedo a perderlo todo estuvo a punto de cambiar sus dólares por una moneda que nunca se creó”. O la de Fabricio quien, a pesar de ser un talentoso programador, fue estafado por un falso influencer. O la de Carlos, un productor agropecuario que

escondió sus ahorros en dólares dentro de tanques de PVC para acabar blanqueándolos en 2017.

Para Tarrés, los conocimientos sobre finanzas personales nos hacen más libres, fundamentalmente de los vaivenes de la economía de nuestro país, ya que nos permiten atravesar épocas de crisis como pandemias, adicciones y problemas familiares sin ver amenazada nuestra supervivencia. En el libro podemos ver cómo Victoria salió del bucle de deudas que había acumulado toda su vida debido a su adicción a las drogas y al consumo tras asistir a un grupo de Deudores Anónimos donde adquirió más conocimientos sobre finanzas personales que en toda su vida. También conocemos la historia de Leonardo, quien, en pandemia, con una hija recién nacida y su esposa desempleada, invirtió sus últimos dólares en acciones de empresas que crecieron enormemente permitiéndole restaurar los consumos de su hogar. O podemos ver como Alicia y su hija Paula lograron salir de su situación de calle tras recibir donaciones anónimas que engordaron su cuenta de MercadoPago en 11 millones de pesos con los cuales constituyó plazos fijos y compró acciones asesorada por un inversor llamado Tomás y varios videos de Youtube.

Tanto en *Historias de éxito* como en *#ArgenPlata*, la educación financiera aparece como una puerta hacia una autonomía plena: en esta posición los individuos son capaces de sortear situaciones críticas, de sobrevivir sin trabajar, e incluso, tienen la oportunidad de ser fieles a sus intereses y deseos, como el caso de Merced y Jeff:

Nos miramos y supimos que no queríamos ser empleados por el resto de nuestras vidas. Ninguno de los dos tenía las características de los buenos empleados. Jeff se dio cuenta de que la escuela de posgrado no era para él. Aunque yo estaba contenta por haber recibido una educación universitaria, sabía que usarla para ascender la escala organizacional no era para mí. Concentrarnos en quiénes éramos y qué queríamos era nuestra meta. (Kiyosaki, 2019: 126).

La autonomía que pregona la autoayuda como parte del éxito implica la libertad de elegir, pero también la libertad de elegirse. Es el resultado de definir nuestros propios parámetros de éxito, de elegir con libertad nuestro camino y, en ese proceso, de encontrarnos con nuestra propia esencia (como le pasa a Merced y a Jeff cuando se dan cuenta de quiénes son verdaderamente). Se trata de ser auténticos en un sentido en que no lo éramos antes de la lectura. La autoayuda presume que quienes llegan a ella poseen en su interior una sensación de insatisfacción que se expresa en una desconfianza hacia lo conocido, hacia las instituciones tradicionales como la universidad o la familia, hacia el estilo de vida de la sociedad salarial en la que nacieron. Entre malo

conocido o malo por conocer, la autoayuda alienta a quienes leen a que se aventuren en nuevas aguas, demostrando que ese sentimiento de insatisfacción que les llevó a la lectura se origina en el desconocimiento de los propios deseos.

Alcanzar la autenticidad requiere de un proceso de autoinspección y conocimiento que es alentado en la lectura. “Uno de los consejos más antiguos es el de «Conócete a ti mismo»”, recuerda Hill. “Trabaje sobre las debilidades que lo debilitan” es el decimotercer consejo de Maxwell. “No muera sin haber expresado la música que lleva dentro” es el segundo secreto de Dyer. “Lo que te propongo es extender el dominio sobre tu propia vida. En definitiva, conquistarla”, propone Cestaro al comienzo de su libro. El éxito sólo puede ser alcanzado si sabemos quienes somos, si conocemos nuestros defectos y trabajamos en ellos conscientemente para alcanzar el pleno dominio de nuestras vidas. Y para ello, los libros dedican grandes porciones de sus páginas a ejercitaciones que le permiten a sus lectores/as identificar sus deseos, sus habilidades y sus maneras de pensar.

4.2.2. El éxito y el otro

El constante ejercicio reflexivo que proponen los libros de autoayuda es solo el primer paso hacia el éxito. La introspección a la que incita la lectura debe dirigirnos hacia el autoconocimiento y ese autoconocimiento hacia la convicción de seguir nuestros propios deseos. No obstante, el trabajo de autoinspección sólo es necesario en un mundo que parece enfrascado en imponernos formas que no responden a nuestra esencia. El lector de autoayuda vive sometido a las reglas de otros, a mandatos familiares, a opiniones de amigos, a las normas de su profesión o a las leyes de su Estado. De esto se deriva que el segundo procedimiento hacia el éxito sea deshacerse de esa herencia perniciosa.

Todo el mundo tiene un montón de opiniones preparadas para comunicárselas a cualquiera que se muestre dispuesto a aceptarlas. Si usted se deja influir por las opiniones cuando se trata de tomar decisiones, no tendrá éxito en ninguna empresa, y mucho menos en la de transformar su propio deseo en dinero. (Hill, 2016: 132)

Schuster nos da ejemplos futbolísticos sobre esto. Recurriendo a la figura del “Pipita” Higuaín o de Lionel Messi nos recuerda que el acoso sufrido por los deportistas cuando las cosas no salían bien no refleja la calidad de jugadores que realmente son: la moraleja consiste en reconocer que la opinión frecuentemente está equivocada. En *10 secretos para alcanzar el éxito y la paz interior*, Dyer sostiene que “la mayoría de las religiones estructuradas se han puesto en la tarea de explicar a Dios a sus congregaciones,

incluyendo todas las normas que supuestamente Dios ha establecido para la humanidad” pero concluye que estas verdades no pueden ser conocidas mediante otros. En el libro de Tarrés, las influencias externas se resumen en el Estado y sus regulaciones: la Ley de Alquileres, el cepo cambiario y los impuestos aparecen como trabas para el desarrollo de los/las argentinos/as. Asimismo, los protagonistas de *Historias de éxito* declaran haberse sentido presas de mandatos familiares y haber sido educados en el desprecio del dinero hasta que leyeron los libros de Kiyosaki.

Las personas que tenían dinero eran neuróticas, estafadoras, el azote de la humanidad, o una corrompida combinación de las tres. Estas creencias, que estaban profundamente enraizadas en mi unida y gran familia y que mi sarcástico padre expresaba con certeza dejaron una marca profunda.
(Kiyosaki, 2019: 87)

A pesar de que, de una manera general, el efecto de un otro sobre la vida del individuo sea destacado negativamente en la literatura de autoayuda, podemos encontrar algunas excepciones. Por un lado, encontramos la figura mesiánica de los “mentores”. Se trata de personajes valorados por su experiencia y que demuestran tener un efecto positivo sobre la vida de los individuos por su capacidad de orientarles y marcarles el camino. En los libros de finanzas, se trata de asesores financieros o de personas millonarias que comparten sus experiencias y sus modos de pensar. Pero también pueden ser los propios autores de los libros que se erigen como guías espirituales, morales o técnicos al revelarles a quien lee los secretos de su infelicidad. Por otro lado, la presencia de un otro es valorada instrumentalmente bajo la idea de la “cooperación” y el “trabajo en equipo”. “Sus relaciones lo mejorarán o dañarán”, sostiene Maxwell. “Para obtener el beneficio que perseguimos, no es necesario que el otro pierda. Los exitosos hablan usando el «nosotros», «este equipo maravilloso»”, enfatiza Stamateas. De hecho, la capacidad de tratar con la gente y de persuadirla para el propio beneficio es el eje central de *Cómo ganar amigos* e influir sobre las personas. En el fondo, se trata de una valoración instrumental ya que el otro aparece como un medio para la consecución de objetivos individuales. Rodearnos de personas experimentadas, formar un equipo que nos complemente, desarrollar la habilidad de influir sobre los otros son estrategias que nos acercan al éxito, pero nunca a un éxito soñado colectivamente. Sobre este punto, me parece interesante destacar el tratamiento que realiza Hill respecto de la influencia de las mujeres. Veamos una cita:

Al autor le pareció muy importante el descubrimiento de que casi todos los grandes líderes a quienes tuvo el privilegio de analizar eran hombres cuyos

logros fueron ampliamente inspirados por una mujer. En muchos de esos casos, la mujer en cuestión era una esposa modesta y abnegada, de la que el público había oído hablar muy poco o nada. En unos pocos casos, la fuente de inspiración pudo descubrirse en «la otra» mujer. (Hill, 2016: 183)

La referencia a las mujeres como aquellas que “completan al hombre” dan cuenta de la anacronía de *Piense y hágase rico*, publicado hace 87 años. No sólo el autor se atreve a afirmar que las mujeres son meras compañeras “modestas y abnegadas” de los héroes, sino que también sostiene que los hombres logran su máximo potencial después de los 40 años debido a que logran “la transmutación de su energía sexual”, esto es, canalizar su energía sexual como motor para alcanzar sus ambiciones. En este proceso, la mujer es identificada como una fuente de inspiración, un instrumento, para la grandeza de su esposo.

Como es esperable, ningún otro libro del *corpus* se arriesga a tales afirmaciones respecto de los roles de género. Esto se puede explicar por una cercanía temporal con el presente más atento a las discusiones feministas e incluso por el conocimiento editorial de que las más asiduas lectoras del género son, de hecho, las mujeres (hecho que se manifiesta en el surgimiento de una nueva subespecie de libros destinados a ellas). A pesar de esto, sí es posible sostener que la autoayuda se caracteriza por el desprestigio de la influencia externa y la valoración que se hace de otros está sujeta a aquellos casos en que resultan un instrumento para alcanzar los propios deseos. En los libros de autoayuda, el éxito está vinculado a la habilidad para ser fiel a uno mismo; un sí mismo cuyos deseos, siempre y en todos los casos, se encuentran en contraposición con las instituciones y los hábitos asociados a la tradición.

4.2.3. El éxito y la educación

De esta concepción negativa o instrumental del otro se desprende también una cierta noción de la educación. Tal como vimos más arriba, el otro es valorado en dos situaciones: cuando colabora o contribuye al propio proyecto, o cuando es considerado un “mentor”. Los libros de autoayuda consideran que el mejor mentor es investido por su experiencia en el campo. El conocimiento experto es desestimado por esta literatura ya que considera que un verdadero guía no es un intelectual sino más bien alguien que puede dar pruebas concretas de sus logros. En el fondo de esta idea se esconde una concepción negativa de la educación formal.

Según la autoayuda, la educación en las escuelas y universidades es, en el mejor de los casos, insuficiente:

Muchos de los que alcanzan el éxito en la vida no han concluido sus estudios. El sistema educativo no es requisito indispensable de éxito y, por lo tanto acordamos que no se trata solo de educación formal, sino de apertura mental. (Stamateas, 2015: 82)

Aquellos que no tienen éxito suelen cometer el error de creer que la etapa de adquisición de conocimientos acaba cuando uno termina la escuela. La verdad es que la escuela hace muy poco más que mostrarnos el camino de cómo adquirir conocimientos prácticos. (Hill, 2016: 71)

La experiencia ha demostrado que las personas mejor educadas son, con frecuencia, aquellas a quienes se considera que se han hecho a sí mismas, o que se educaron solas. Para ser una persona con educación se requiere algo más que un título universitario. Una persona educada es cualquiera que haya aprendido a conseguir lo que quiere de la vida sin violar los derechos de los demás. La educación no consiste tanto en el conocimiento como en saber aplicarlo con eficacia y persistencia. (Hill, 2016: 114)

O incluso, inadecuada:

En ese momento me di cuenta cuán irreal era la opinión que tenía del éxito y del fracaso. Si algo había hecho la universidad, había sido reforzar mis nociones erróneas sobre el fracaso. (Maxwell, 2000: 7)

En el proceso de transformación de un fracaso en un «fracaso exitoso», lo más valioso no son las respuestas, sino las preguntas; pero en el sistema formal de aprendizaje se suele premiar más las respuestas que las preguntas. Bajo estas estructuras, el fracaso es un error que se paga muy caro. Como sabemos, es el que tiene las respuestas el que pasa de curso. (Stamateas, 2015: 85)

El «eslabón perdido» de todos los sistemas educativos se puede encontrar en el fracaso de las instituciones educacionales en enseñar a sus estudiantes cómo organizar y usar ese conocimiento una vez que lo han adquirido. (Hill, 2016: 67)

Sé que va a sonar duro lo que vas a leer, pero alguien lo tenía que decir. Lamentablemente, estamos medio sonados desde chiquitos. Y son dos los grandes culpables de que nos cueste muchísimo lidiar con el fracaso y la frustración: la educación que recibimos en casa primero, por parte de nuestros padres, y la que nos dan en la escuela más adelante. Y lo peor de

todo es que ni nuestros padres ni nuestros docentes quieren arruinarnos de manera intencional, ¡todo lo contrario! (Schuster, 2023: 35)

La contradicción en la que vive es típica para un argentino promedio de clase alta. La instrucción financiera es tan escasa en personas educadas y universitarias como en aquellas que no han tenido la posibilidad de graduarse del colegio primario o secundario. El desconocimiento en este tipo de asignaturas nivela a la población, para abajo, por supuesto. (Tarrés, 2024: 74)

En las frases que acabamos de ver, lo insuficiente o inadecuado no es la educación sino un tipo específico de educación. La autoayuda distingue la educación “formal” de la educación “informal” o derivada de la experiencia. Dentro de la primera se engloban instituciones tradicionales que emiten títulos y certificaciones como la escuela y la universidad. Además, encontramos personas que forman parte de esas instituciones, como los docentes, pero también las familias que delegan en ellos la educación de sus hijos. El proceso de aprendizaje allí se describe como un camino rígido, que premia los resultados y castiga los errores y que resulta insuficiente y hasta incapaz de transmitir los conocimientos verdaderamente necesarios para alcanzar el éxito en la vida real. Por eso, muchas veces el fracaso al interior de la escuela es valorado como signo de que el “genio” no encaja en un sistema tan estrecho e inapropiado.

En el otro extremo encontramos una educación que aparece como fruto espontáneo de la experiencia. El famoso caso de los *self made-man*, aquellas personas que “se han hecho a ellas mismas”. El conocimiento valorado es un saber práctico, aplicado al campo y ajustado a las necesidades concretas que enfrentan los individuos. Un ejemplo de esto es la valiosa “educación financiera” que reclaman los libros de finanzas: hasta las personas más educadas, con variados títulos universitarios, carecen de los conocimientos financieros que demanda la vida adulta y por eso no alcanzan el éxito en el manejo de su dinero. Además, esta educación práctica reivindica el valor de las “habilidades blandas” -o *soft skills*- frente a la *expertise* técnica que transmite la escuela -las llamadas “habilidades duras” o *hard skills*. Según *Cómo fracasar* la escuela sólo privilegia ciertas inteligencias mientras desdeña otras tales como la intrapersonal -“concernos a nosotros mismos de manera profunda, de modos que nos permitan comprender y guiar nuestro comportamiento”- y las interpersonales -“que involucra la capacidad de leer las emociones de los demás e interactuar con otros de maneras fructíferas”, (en otras palabras, los dos primeros elementos que recogimos para alcanzar el éxito: la autenticidad y el vínculo con el otro). En los fragmentos anteriores estas habilidades blandas aparecen en la forma de “saber aplicar los conocimientos”, tener

“persistencia” y “apertura mental” o saber “lidiar con la frustración” y tienen su expresión máxima en el libro de Carnegie cuyo objetivo ulterior es enseñar la que considera la habilidad fundamental de las personas exitosas: cómo tratar con la gente. Consecuentemente a su rechazo de la influencia externa, la autoayuda recomienda ignorar los conocimientos adquiridos en el sistema educativo ya que considera que refuerza concepciones equivocadas, y aventurarse para encontrar nuevos aprendizajes que sirvan verdaderamente para desarrollar una vida autónoma.

4.2.4. El éxito y la acción

De acuerdo con las investigaciones de la autora y psicóloga Carol Dweck, las buenas notas en la escuela tienden a convencer a los estudiantes de que son inteligentes mientras que las malas notas son interpretadas como una prueba de la ausencia de esa inteligencia. Según esta concepción, las capacidades de las personas se revelan innatas e inamovibles: si sacaste un 10 es porque tenés todo lo necesario para el éxito y si sacaste un 5, no lo lograrás. Esta concepción del éxito es ilustrada en el libro con la siguiente viñeta:



Calvin and Hobbes © 1995 Watterson.

Impreso con permiso de UNIVERSAL PRESS SYNDICATE

Para nuestra autora esta creencia no sólo es falsa, sino que es el error fundamental en el que incurren quienes educan. Los estudios en psicología del comportamiento realizados por Dweck y volcados en su libro *Mindset* prueban que las capacidades de las personas no son dadas de antemano, sino que pueden ser desarrolladas a lo largo de toda la vida. En palabras de la autora, “los individuos pueden tener temperamentos y aptitudes en cierto modo predeterminados, pero está claro que son la experiencia, la instrucción y el esfuerzo personal los que marcan el resto del camino” (12).

De esta afirmación se despegua el cuarto elemento que hace al éxito: la acción. De acuerdo con la literatura de autoayuda, el exitoso es aquel que asume la responsabilidad de su propio destino y decide ponerse “manos a la obra”. Al referirse a los protagonistas de las historias que se recopilan en su libro, Kiyosaki explica:

Terminamos Padre Rico, Padre Pobre, nuestro primer libro, con: «Entre en acción», y eso fue lo que hicieron. Corrieron riesgos. Lo más importante, tomaron la responsabilidad de su propia educación financiera y de su futuro (Kiyosaki, 2019: 8)

La valentía para “entrar en acción”, de hecho, es algo que antecede a otras habilidades. Como sabemos, la autoayuda valora el conocimiento adquirido en la experiencia, un saber práctico y aplicado que da pruebas de su utilidad más allá de los libros. En consonancia, el éxito es un derivado de la acción en el mundo: primero hay que actuar y de ese movimiento emergerá el resto de los requisitos que nos llevarán hacia el éxito.

La matriz del éxito radica en confiar en nuestra capacidad de acción. Y recuerda que nunca sabrás todo lo que puedes hacer hasta que empieces a hacerlo. (Stamateas, 2015: 21)

Recuerde, es casi imposible poner en acción sus sentimientos. Póngase en acción usted y sus sentimientos seguirán su ejemplo. La única manera de vencer el miedo es entrando en acción (Maxwel, 2000: 34)

Para la literatura de autoayuda, el éxito no puede ser alcanzado sin dedicación. No hay nada de espontáneo en el proceso: hay que actuar y aprender de la experiencia hasta que encontremos la manera de hacer realidad nuestros deseos. El éxito es un proceso, un camino o un viaje. Sin importar qué metáfora prefiramos, lo que está claro es que el recorrido demanda trabajo, esfuerzo y tiempo. Ya lo vimos en el libro de Hill: los grandes héroes de nuestra historia no alcanzaron su éxito antes de los 40 años.

La actividad de la que nos hablan los libros implica trabajo duro. “Al éxito se lo construye ladrillo a ladrillo, después se lo disfruta”, sostiene Stamateas, haciendo énfasis de que el disfrute sólo viene ex-post. Es necesario “trabajar una milla extra” porque el éxito se encuentra exactamente después del punto en el que quisimos abandonar. En otras palabras, “el fracaso es un embustero con un mordaz sentido de la ironía y la malicia. Se deleita en hacernos tropezar cuando el éxito está casi a nuestro alcance” (Hill, 2016: 19). El esfuerzo es el “precio” que hay que pagar para alcanzar los objetivos y así lo prueban las biografías de los más exitosos:

La mayoría de la gente tiende a subestimar el tiempo que demanda alcanzar algo que valga la pena, pero para alcanzar el éxito, la persona tiene que estar dispuesta a pagar el precio. James Watt pasó veinte años trabajando para perfeccionar su motor de vapor. William Harvey trabajó noche y día durante

ocho años para probar cómo la sangre circula por el cuerpo humano.
(Maxwell, 2000: 108)

Por eso, los libros de autoayuda ofrecen en sus páginas ejercicios para que quienes leen comiencen a ponerse en acción. Los ejercicios implican reflexiones privadas sobre los propios deseos, tests autoaplicados para alcanzar el autoconocimiento, la incorporación de hábitos diarios, la revisión de experiencias pasadas y hasta garabatear planes en las hojas de los libros. La insistencia con la que la autoayuda ofrece estos ejercicios está basada en la creencia de que para alcanzar el éxito hay que entrenarse arduamente. El libro que expresa esta necesidad más drásticamente es *Tu mejor versión*, donde Cestaro propone convertir los ejercicios de autoconocimiento en una rutina diaria guiada por su libro.

Este despertar estará nutrido por un trabajo cotidiano. Por eso te ofrezco estas páginas. Todos los días, cuando llegue el momento de la reflexión y del descanso, este cuaderno te recordará que eres un ser dotado de conciencia. Que puedes entrenar esa conciencia para volverla plena. (Cestaro, 2024: 3).

En este llamamiento al trabajo y al esfuerzo reside probablemente la gran paradoja de la autoayuda. Si bien se presentan como libros concretos y prácticos que ofrecen consejos simples, en el fondo reconocen que no hay atajos hacia el éxito y que cualquier persona que desee conseguirlo deberá hacer mucho más que leer un libro. Esta contradicción se ve reflejada en el hecho de que algunos de los integrantes de nuestro *corpus* se declaren, para nuestra sorpresa, en contra de la literatura de autoayuda.

La mayoría de los libros de este tipo, al igual que los discursos de graduación, enfatizan la importancia del trabajo arduo, la dedicación, la planificación financiera, las estrategias de las relaciones personales, la selección de la profesión apropiada, escuchar a nuestros mayores, el respeto por las normas, tener metas realistas, llevar un estilo de vida saludable y permanecer en un estado de gratitud. Todos estos son buenos consejos y verdaderamente benefician a aquellos que deciden escucharlos y aplicar su sabiduría. En mi experiencia, sin embargo, tanto como profesor durante toda mi vida, como padre de ocho hijos desde los 11 a los 33 años, estos son precisamente el tipo de consejos que nos llevan a preguntarnos: ¿Es eso todo? (Dyer, 2009: 12)

Vemos a menudo libros con títulos como Los diez secretos de la gente más próspera del mundo que llenan las secciones de autoayuda de las librerías. Esos libros pueden proporcionar muchos consejos útiles, pero normalmente

son una lista de indicaciones inconexas, como «¡corre más riesgos!» o «¡cree en ti mismo!». Consiguen que admiremos a quienes son capaces de aplicarlo, pero no nos dejan claro cómo funciona, ni qué tenemos que hacer exactamente para transformarnos. Así que uno se siente inspirado unos cuantos días, pero los secretos de la gente más próspera del mundo siguen siendo eso: secretos. (Dweck, 2016: 16)

Por más que tal vez las librerías lo ubiquen en la sección de autoayuda, considero que este no es un libro de ese tipo —Dios me libre y guarde—. Pero sí quiero ayudarte a cambiar la percepción que seguramente tenés —si sos como la mayoría— sobre el fracaso. Y, a través de ese cambio, poder lidiar mejor con aquel cuando te suceda y, por qué no, llegar al éxito. (Schuster, 2023:14)

Este esfuerzo por deslindarse de la autoayuda les permite a los libros superar la contradicción inherente a un género que promete progreso inmediato a la vez que deja la responsabilidad de su obtención en las manos de quienes leen. En el fondo de la cuestión reside la idea de que el éxito no puede conseguirse mediante la simple lectura de un libro, sino que demanda de grandes cantidades de esfuerzo y energía. La responsabilidad de los resultados es trasladada, así, a los lectores, movimiento que se puede entender como un resguardo frente a la posible ineficacia del texto. No obstante, la autoayuda sostiene también que la lectura es un momento indispensable para el futuro éxito en tanto permite algo incluso más valioso que los resultados: un cambio de perspectiva, transformación necesaria pero nunca suficiente.

4.2.5. El éxito, fracaso y aprendizaje

Si convenimos con los textos de autoayuda en que la obtención de los resultados que queremos es el fruto de una determinación que no repara en sacrificios es porque aceptamos que se trata de un camino largo. Según nuestro género, para recorrer exitosamente este camino es fundamental aprender de nuestros errores. El libro que más enfatiza sobre este punto es *Mindset*. Allí, la autora distingue entre dos tipos de mentalidades que se encuentran en el origen del carácter y que condicionan científicamente nuestras posibilidades de obtener éxito. Dweck llama a la primera “mentalidad fija” y la caracteriza por la creencia -errónea desde el punto de vista de la autora- de que las cualidades humanas son algo “tallado en piedra”, inamovible, y que, en consecuencia, uno es inteligente, habilidoso y capaz, o no lo es. En oposición a la primera, la segunda es denominada “mentalidad de crecimiento” y se caracteriza por la confianza en que las habilidades pueden ser cultivadas con empeño y que, por lo tanto,

podemos entrenarnos para lograr lo que deseamos. La investigación de Dweck concluye en que las personas con mentalidad de crecimiento son más propensas a alcanzar sus objetivos que aquellas que piensan que sus atributos son fijos. Lo que distingue a un tipo de persona de otra es su reacción frente al fracaso: mientras las de mentalidad de crecimiento obtienen un aprendizaje valioso de sus experiencias fallidas, los de mentalidad fija automáticamente experimentan la convicción de que no podrán lograrlo y abandonan la empresa.

En este punto es cuando las representaciones del éxito y el fracaso convergen. Como sostuve al comienzo del capítulo, la autoayuda no opone ambos términos sino que los combina en una misma definición. “Todo éxito es un fracaso rectificado”, sostiene Schuster recuperando las enseñanzas del estoicismo. “El éxito es ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo”, afirma Stamateas citando a Winston Churchill. “Haga de cada fracaso un peldaño de la escalera que lleva al éxito”, arenga Maxwell en su libro.

En todas estas frases, la palabra “fracaso” abandona su connotación negativa para adquirir un nuevo sentido. El fracaso es resignificado:

- como un evento normal e inherente a la vida.

Fracasar es mucho más común que triunfar; la pobreza está más generalizada que la riqueza; y la desilusión es más normal que los logros. (Maxwell, 2000: 7)

Aunque tenemos la sensación de que el fracaso es excepcional, en verdad es al revés, el éxito es lo excepcional. (Schuster, 2023: 23)

Padre rico dijo que la mayoría de los millonarios fracasaban tres veces antes de tener éxito. (Kiyosaki, 2019: 128)

Por último, si bien vas a poder incorporar algunas técnicas para enfrentarlo, este libro no va a poder ayudarte a eliminar completamente de tu vida el fracaso. Es algo inherente a nuestra condición humana y, como la gravedad, está en todos lados, aunque no lo veamos. (Schuster, 2023: 14)

- como un elemento necesario.

Este libro no es un manual para fracasar, sino para aprender a fracasar mejor. Porque el fracaso no es el final, sino el principio. Porque el fracaso no es algo malo, sino algo necesario. Porque el fracaso no es un obstáculo, sino un trampolín. (Schuster, 2023: 4)

- como una oportunidad.

En el error y el fracaso siempre hay oportunidades escondidas y nuevas posibilidades de crecimiento, si estamos dispuestos a sacar provecho de cada situación. (Stamateas, 2015: 169).

Cada fracaso que haya experimentado es una bifurcación en el camino. Es una oportunidad para tomar la acción correcta, aprender de las faltas cometidas y empezar de nuevo. (Maxwell, 2000: 39)

La mentalidad de crecimiento, por el contrario, ve el fracaso o el error como una oportunidad para crecer. Así, se aceptan nuevos riesgos, se persiste a pesar de los desafíos o malos resultados, el esfuerzo es un camino hacia la mejora y se entiende que el *feedback* puede ser constructivo. (Schuster, 2023: 36).

De acuerdo con esta mirada, el fracaso es reinterpretado como una experiencia humana valiosa. Hay que prepararse para él, hay que estar listos para fracasar y resurgir de nuestras cenizas. De hecho, tres de nuestros libros anticipan esta idea en sus títulos: *El lado positivo del fracaso*, *Fracasos exitosos* y *Cómo fracasar con absoluto, rotundo y total éxito* se enfocan en resignificarlo positivamente. El fracaso es un valioso maestro, nos muestra nuestras equivocaciones, nos inspira a mejorar, nos muestra oportunidades nuevas y nos fortalece. De hecho, es un mejor aliado que el éxito: mientras nuestros logros tienden a enaltecer nuestro ego y a volvernos conservadores, los errores que cometemos nos ofrecen la humildad necesaria para seguir creciendo y superándonos. No obstante, no todos los fracasos son iguales.

Schuster presenta una tipología de fracasos construida por Paul Schoemaker de acuerdo a los costos y beneficios que pueden reportar las experiencias. Así, distingue entre “errores triviales” (costos bajos y beneficios bajos), “errores trágicos” (costos altos y beneficios bajos), “errores serios” (costos altos y beneficios altos), y por último, “errores brillantes”, aquellos que reportan grandes beneficios pero a bajo costo. Estos últimos son, en definitiva, los errores que hay que cometer ya que nos permiten aprender sin causar consecuencias trágicas. De esto se deriva que el verdadero fracaso es “cometer un error y no aprender”, es decir, fracasar sin sentido.

Además, el autor presenta diferentes formas de aprendizaje y señala que no basta con simplemente corregir un error, sino que hay que lograr alcanzar el “double loop learning”, es decir, un razonamiento que se pregunte por las causas que originaron el error y que se enfoque en corregir el proceso. Sin embargo, el ideal impulsado por la literatura de autoayuda demanda de un “triple loop learning” en el que se indague en los valores y

los modelos mentales que se esconden tras los aparentes fracasos. A este tema dedicaré el próximo capítulo.

En este punto, el éxito es retratado como la consecuencia de un aprendizaje, ya que no es posible triunfar sin antes haber fracasado. Los testimonios recopilados en *Historias de éxito* y *#ArgenPlata* dan cuenta de biografías sinuosas atravesadas por contratiempos. Para la autoayuda, la clave del éxito reside en la forma que tenemos de enfrentar nuestros fracasos que se resume en fábulas como estas:

Había un hombre que se acercó a un sabio y le preguntó cuál era el camino del éxito. El sabio le señaló con el dedo un lugar. El hombre fue y se lastimó y a los diez minutos volvió y le preguntó al sabio cuál era el camino del éxito, porque le parecía que había entendido mal. El sabio le volvió a señalar el mismo lugar. El hombre fue y se volvió a lastimar en el mismo lugar, y regresó a preguntarle por el camino del éxito. Nuevamente, el sabio le indicó el mismo lugar. Entonces el hombre se enojó y le dijo: «Hábleme, por favor, porque fui allí y me caí dos veces en un pozo. Dígame cuál es el camino del éxito.» Y el sabio le dijo: «El camino del éxito es por allí, un poco después de la caída.» (Stamateas, 2015: 70)

Esta fábula ilustra la famosa “resiliencia”, la capacidad de superar las dificultades de las que está plagado el camino al éxito. Sin esta habilidad fundamental para resistir ante las adversidades, el éxito se vuelve imposible. Para ilustrarlo, Schuster trae la palabra “ukemi” que se utiliza en las artes marciales para describir el arte de “aprender a caer”. El exitoso tiene metas claras y sueños vívidos que lo dotan de una determinación de acero. No importa cual sea el desafío, quien está convencido de sus objetivos perseverará hasta conseguirlo, atravesando las tormentas que sean necesarias y aprendiendo de sus traspies. Por eso, es común encontrar entre los libros de autoayuda (en nuestro *corpus*, la encontramos en *Fracasos exitosos* y en *Mindset*) la referencia a una frase del escritor Benjamin Barber que dice “No divido el mundo entre débiles y fuertes, o entre éxitos y fracasos. Divido el mundo entre los que aprenden y los que no aprenden”.

4.2.6. El éxito y el cambio

La literatura de autoayuda pendula sobre dos tiempos. El futuro está presente a modo de aspiraciones y deseos, de proyectos y planes, que deben ser nítidamente visualizados antes incluso de embarcarnos en ellos. El éxito depende de que veamos con claridad nuestro futuro. Bajo el mantra de “merezo lo que sueño”, la autoayuda promete un mundo donde todo lo que nos imaginamos no sólo es posible sino también

moralmente necesario. Por su parte, el pasado es pensado como experiencia. Hay que aprender de él pero rápidamente abandonarlo para trascender hacia una versión mejorada del sí mismo. Como vimos más arriba, hay que deshacerse de los mandatos familiares y de la herencia de las tradiciones que incorporamos en nuestra infancia y adquirir hábitos de pensamiento nuevos y superadores. Desde este punto de vista el pasado es pensado como una “zona de confort”, aquella rutina en la que encontramos comodidad pero que nos impide el progreso. Pero aprender de nuestros errores no supone solamente el ejercicio de “corregir” sino más bien de “cambiar”. El cambio para la literatura de autoayuda es algo más que un consejo, tiene antes el carácter de un diagnóstico. Veamos algunos:

El mundo está sufriendo rápidos cambios, y esto significa que los medios por obra de los cuales se promueven los cambios en los hábitos humanos deben adaptarse a los cambios. (Hill, 2016: 103)

Nos dirigimos hacia una era de gran agitación e incertidumbre financieras. Las tormentas que nos esperan nos van a probar...incluyéndome. Las personas de este libro que compartieron sus historias están mejor preparadas actualmente para manejar las tormentas financieras del mañana. (Kiyosaki, 2019: 8)

El cambio es el elemento fundamental del cual debemos participar para convertir cualquier fracaso en éxito. Vivimos en un permanente cambio y debemos adaptarnos a él para mejorar; esto es un requisito esencial para salir del circuito del fracaso. (Stamateas, 2015: 175)

El diagnóstico darwiniano de la autoayuda es claro: el mundo cambia y debemos adaptarnos a él para ampliar nuestras posibilidades de éxito. Todo el que no lo haga se verá condenado a fracasar. En el libro de Stamateas el proceso de cambio implica dos procedimientos. En primer lugar, la “asimilación”, esto es, la incorporación de las modificaciones que se producen a nuestra realidad. Implica la aceptación de un panorama novedoso y su integración a nuestra estructura de pensamiento. Luego de la asimilación, es preciso llevar a cabo un proceso de “acomodación” según el cual nos amoldamos al nuevo paradigma y logramos funcionar en él. Dyer resume una idea similar en su primer secreto: “abra su mente a todo y no se apegue a nada”.

El diagnóstico de la autoayuda es sintomático de nuestra realidad. Hace rato que abandonamos el ordenado mundo de la posguerra, centrado en el trabajo industrial y el consumo masivo, para embarcarnos en un mundo de hegemonías en pugna, atravesado por revoluciones tecnológicas y sociales y motorizado por las finanzas transnacionales.

En efecto, la sociología contemporánea ha teorizado largamente sobre este asunto. La autoayuda expresa el espíritu de nuestro tiempo no sólo porque ofrece un diagnóstico para nada errado del presente sino porque hace parte de su discurso al conocimiento construido desde disciplinas científicas, como la misma sociología. De acuerdo con Illouz (2010), la “cultura terapéutica” de la que participa la autoayuda ilustra los modos en los que la cultura y el conocimiento se han imbricado inextricablemente en las sociedades contemporáneas. En el momento en que nuestras industrias culturales hacen parte de su discurso el saber producido desde disciplinas científicas, el conocimiento deja de participar en la constitución de la sociedad bajo la figura de expertos y productos tecnológicos sino que se torna constitutivo de nuestras relaciones sociales. Quienes leen autoayuda encuentran en los libros un conjunto de saberes institucionalizados con los que interpretar su vida cotidiana y viven sus relaciones sociales cada vez más influenciados por los diagnósticos científicos que se expresan en productos masivos. Veamos el panorama que nos presenta Schuster:

Tal vez hayas escuchado hablar del concepto de VICA. Es un acrónimo de la década de 1970, que nació en el ámbito militar y luego se expandió al empresarial para describir los escenarios volátiles, inciertos, complejos y ambiguos a los que nos enfrentábamos. Pero, como la Guerra Fría, los pantalones nevados y la red social de audio Clubhouse, esta definición ya pasó de moda. Desde la pandemia en adelante, hablamos en cambio de un contexto BANI: bien quebradizo, ansioso, no lineal e incomprensible. Este paradigma sugiere que muchos de los problemas a los que nos enfrentamos son tan distintos de todo lo conocido que no pueden ser abordados con las soluciones que siempre implementamos. Por eso, más que nunca, las organizaciones necesitan innovar y adaptarse al contexto para mantenerse a flote y no desaparecer. (Schuster, 2023: 57)

El diagnóstico de Schuster es valioso por la actualidad que reviste. Si el mundo de los '70 ya se mostraba incierto y volátil, el panorama post pandémico es todavía peor: quebradizo e incomprensible. Estamos, hoy más que nunca, montados en el *juggernaut* del que hablaba Giddens (1994), ese carro desbocado que podemos dirigir sólo parcialmente y que amenaza permanentemente con perder el control y destruir todo a su paso. Ese es el mundo en el que vivimos, un mundo que abraza el riesgo y se entrega a lo incomprensible. Para los autores argentinos, esta realidad se agrava por la inestabilidad crónica de nuestro país:

En países de la región, con economías estables, como Chile, Brasil, Paraguay o Uruguay, el medidor de riesgo es el mismo, pero sus números son

notablemente inferiores. El promedio en América Latina no supera los 368 puntos básicos. Eso quiere decir que, según el termómetro global de riesgo país, la Argentina es la nación con más grados de fiebre por haber incumplido repetidas veces sus compromisos de pago, haber alterado contratos y haber cambiado las reglas del mercado de capitales sobre la marcha. (Tarrés, 2024: 74)

Como el mundo va tan rápido y por caminos inciertos, la adaptación es un proceso constante que nos exige extrema flexibilidad. No hay lugar ni tiempo para la consolidación de nuevas estructuras rígidas, sino que nuestra mejor opción es optar por organizaciones flexibles, fácilmente modificables. Y esto atañe a nuestros proyectos, a nuestros planes, a nuestros equipos, a nuestras acciones, a nuestros pensamientos y a nuestro carácter. En este nuevo contexto, la autoayuda sostiene que la creatividad y la capacidad de innovación son atributos especialmente valorados ya que cuanto más capaces seamos de imaginar situaciones posibles y soluciones ingeniosas, más probabilidad de éxito tendremos. Por el contrario, una actitud conservadora, incapaz de tomar riesgos, atada al pasado y acostumbrada a actuar en su zona de confort, nos entierra rápidamente -según el diagnóstico de los textos- bajo el alud de transformaciones que se avecinan.

4.3. Seis pasos, una idea

A lo largo de todo este capítulo, vimos que el éxito en la autoayuda puede ser una cosa y muchas a la vez. Como sostuve al inicio, hay libros que definen con mayor precisión el término mientras otros se dedican a abrir su significado aspirando a hablar a un público tan amplio como sea posible. Si bien la autoayuda no se preocupa por definir estrictamente qué es el éxito, lo que sí deja claro es el cómo.

De acuerdo con nuestro *corpus* para lograr el éxito hay que llevar a cabo un trabajo de introspección que nos ponga en contacto con nuestra verdadera esencia. Es necesario deshacernos de toda aquella influencia externa que nos impida escucharnos a nosotros mismos y sólo recurriremos a otros cuando estos den pruebas de poder guiarnos hacia nuestros objetivos. Asimismo, es preciso revisar los conocimientos adquiridos en la escuela ya que se han vuelto insuficientes y hasta incorrectos. El éxito depende de que adquiramos saberes aplicados al campo entre los que se destacan antes las “habilidades blandas” que el conocimiento técnico.

A la vez, el éxito no se alcanza de manera simple, sino que es un camino que demanda mucha energía y sacrificios. Se trata de un proceso de aprendizaje constante donde el

fracaso es el mejor maestro. Lejos de ser un opuesto, en la literatura de autoayuda el fracaso es una parte inevitable e imprescindible para el éxito ya que nos abre permanentemente ventanas de oportunidad para superarnos a nosotros mismos. Por último, el fracaso solo puede ser motor de un progreso si mantenemos una mente abierta y nos mostramos capaces de adaptarnos a un contexto cambiante e impredecible.

Autenticidad	Otros	Educación
• Distintos tipos de éxito. • Autoconocimiento/autocontrol. • Libertad financiera	• Deshacerse de la influencia externa. • Mandatos familiares, tradición. • El otro como medio: mentores y trabajo en equipo.	• La educación formal como insuficiente e inapropiada. • Valoración del conocimiento práctico derivado de la experiencia.
Acción	Aprendizaje	Cambio
• Ponerse manos a la obra. • Asumir la responsabilidad del propio destino. • Esfuerzo, energía, sacrificio. • Mirada negativa de la autoayuda.	• El éxito como un viaje, camino o proceso. • Experiencia. • Resignificación del fracaso: nuestro mejor aliado. • Aprendizaje triple: corregir el error, entender su origen, modificar los esquemas mentales que nos llevan a él.	• Pasado y futuro. • El cambio como un diagnóstico. • Riesgos, flexibilidad, adaptación. • Innovación y creatividad.

Los elementos que intervienen en el éxito para la literatura de autoayuda se resumen en la tabla anterior. Si bien quienes escriben autoayuda pueden llenar hasta 200 páginas de instrucciones y crear listados extensos con “consejos”, “secretos” o “pasos” para el éxito, en realidad, todos ellos pueden ser resumidos como la necesidad de realizar un cambio en nuestro punto de vista. La autoayuda considera que el éxito es alcanzable lisa y llanamente mediante la transformación de nuestra percepción del mundo. Transformación prescrita en un sentido específico: hay que abandonar los mandatos de la tradición que se cristalizan en instituciones como la familia, la escuela y el Estado,

hay que desprenderse de la mirada de un otro para optar por un juicio que se concibe como propio e individual, acercarnos a aquellos/as que dan pruebas certeras de sus hazañas y llevar sus métodos a la acción de manera flexible, creativa y osada sin esperar garantías de nadie, prestar atención a nuestras equivocaciones, aceptar nuestra responsabilidad sobre ellas y volver a intentarlo con los ajustes necesarios. En este sentido, la autoayuda propone a su lector/a un trabajo quirúrgico sobre sí mismo que comienza en la lectura y que promete una transformación que es, ante todo, subjetiva. En el fondo de los seis elementos que vimos durante el capítulo se esconden operaciones mentales y emocionales de las que dependen nuestro éxito y nuestro fracaso. Dedicaré el próximo capítulo a ahondar sobre esta dimensión.

CAPÍTULO 5

Tematización subjetiva de los objetos discursivos

5.1. El enfoque subjetivo

En el capítulo anterior analizamos los diferentes elementos con los que se articula el éxito en la literatura de autoayuda y vimos que, antes que dos opuestos, nuestros objetos discursivos se entretajan en una misma definición en la que el fracaso es resignificado positivamente. Los seis pasos que identificamos como constituyentes del proceso del éxito -la autenticidad, una determinada mirada del otro, la educación, la acción, el aprendizaje y el cambio- no son, bajo ningún punto de vista, una recopilación exhaustiva de todas las ideas que proponen los libros del *corpus*. Podríamos encontrar matices más sutiles entre libros, destacar excepciones o distinguir múltiples elementos donde este análisis propone una sola categoría. A sabiendas de que el análisis admite una profundidad casi ilimitada, intenté agrupar las ideas más reiteradas en el *corpus* bajo estas seis categorías con el objetivo de centrar la atención sobre los elementos que comparten las representaciones del éxito y el fracaso en los distintos subgéneros incorporados al análisis. Antes que un análisis pormenorizado de la autoayuda financiera que ya tiene sus propios libros al respecto (Fridman, 2019), opté por una presentación general de las concepciones más relevantes que divulga todo libro de autoayuda.

Sin embargo, la parte más interesante del análisis reside en el fondo de las ideas relevadas en el capítulo anterior. Detrás de cada uno de los elementos que revisamos es posible identificar una única idea central: para la autoayuda, el origen tanto del éxito como del fracaso reside al interior del sujeto. Esta idea ya fue anticipada en la

caracterización del género. De acuerdo con Papalini (2010), la autoayuda se distingue por un tema -el ofrecimiento de soluciones a problemas de la vida cotidiana- pero mucho más por su enfoque: el género sitúa al sujeto por sobre todo lo que se considera un mero contexto (las instituciones que transita, las tradiciones que lo permean o los vínculos que entabla con otros) y sostiene que la resolución de dichos problemas sólo es posible a través de una transformación existencial del individuo. Para alcanzar el éxito y evitar el fracaso es necesario producir transformaciones rotundas en la manera en que percibimos el mundo y reaccionamos ante él. Antes que una actividad transformadora que produzca cambios hacia afuera, la autoayuda alienta el ajuste interior, la adaptación del sujeto al entorno, como camino hacia el éxito y el bienestar. En este capítulo profundizaré sobre la transformación subjetiva que propone la autoayuda. Para ello, parto de la hipótesis de que la subjetividad aparece como el origen del éxito y el fracaso y que, subrepticamente al recorrido que hicimos en el capítulo anterior, se deslizan consejos destinados a producir un cambio en la percepción subjetiva del mundo que poseen quienes leen.

5.2. El éxito y el fracaso como fenómenos internos

5.2.1. El éxito comienza en la mente

Para la literatura de autoayuda la lectura no es solo una etapa necesaria para el éxito sino una actividad mediante la que se producen las transformaciones esenciales que nos conducen a él. Durante la lectura, el sujeto recibe recomendaciones, se convierte en su propio terapeuta y despliega un trabajo profundo sobre sí mismo que lo acerca a la realización personal. Para estas biblioterapias, el éxito puede ser alcanzado mediante la lectura y no como un paso posterior. Si esto es así, podemos inferir que el origen del éxito se realiza en el interior del sujeto. Veamos cómo nuestro *corpus* abona sobre esta idea.

El éxito estará en tu mente antes de haberse convertido en un hecho tangible y real. El éxito no es la bendición, ni el logro, ni la recompensa; el éxito es el efecto de poseer una mente bendecida; «mente sana —pensamientos sanos— resultados positivos». (Stamateas, 2015: 186)

En este fragmento extraído de *Fracasos Exitosos* aparece cristalizada la idea que guía este capítulo. De acuerdo con la frase, el éxito “está en la mente antes de convertirse en un hecho tangible y real”. Yendo incluso más allá, el libro afirma que el éxito no es el logro que viene después, no es la recompensa, sino el simple efecto de nuestra mente

cuando esta es “bendecida” y “sana”. Esta concepción no es nada diferente al principio fundamental de la Psicología Positiva (cfr. capítulo 1). Como ya vimos, la autoayuda se nutre de esta corriente que considera que la mente constituye el principio explicativo de toda experiencia y que el bienestar puede ser alcanzado a través de un trabajo interior sobre los propios pensamientos.

Este es el punto neural del libro de Dweck. De acuerdo con *Mindset*, la mentalidad está en el origen del éxito. Si bien una persona con “mentalidad fija” puede obtener resultados (sacar un 10 en un examen, dar muestras de un alto coeficiente intelectual, ser un buen deportista o construir una empresa funcional, entre otros), a largo plazo esos resultados demostrarán ser sólo circunstanciales y pasajeros. Los obstáculos de los que está compuesta la vida probarán que ningún éxito duradero puede ser conseguido sin la mentalidad adecuada. Sólo aquellos que desarrollen una “mentalidad de crecimiento” serán admitidos en el mundo de los exitosos. Lo interesante es que ese grupo de personas exitosas no lo es en virtud de trayectorias perfectas y logros impecables, sino - y este es el punto que intento enfatizar- a pesar de los fracasos y los resultados adversos. El éxito para Dweck no reside en ser condecorado por nuestros logros, sino simplemente en desarrollar la mentalidad adecuada.

En los términos de Dweck, los exitosos lo son en virtud de su mentalidad y a pesar de los malos resultados. Esta idea se encuentra también en la base de la concepción de Kiyosaki. Como ya fue destacado anteriormente, quienes protagonizan las “historias de éxito” no son millonarios ni personajes destacados en el mundo de las finanzas, se trata simplemente de personas que han adquirido los hábitos recomendados en Padre Rico. Si bien algunos de estos hábitos pueden ser actividades concretas realizadas hacia el exterior (como conseguir un mentor, pagarse primero a uno mismo y luego hacerse cargo de las cuentas o transformar los pasivos en activos) la mayoría implica antes una transformación en los hábitos de pensamiento. De hecho, lo que distingue al “padre rico” de Kiyosaki de su “padre pobre” es su manera de concebir el mundo, su manera de pensar, y eso es lo que intenta realmente transmitir el libro antes que consejos sobre finanzas personales. Esta es también la diferencia fundamental que relatan los protagonistas entre su versión anterior a la lectura de los libros de Kiyosaki y su versión posterior: tras la lectura han cambiado su mente radicalmente adoptando los pensamientos de una persona “rica”. Observemos el testimonio de Dan:

Comencé a entender que había dos mentalidades distintas. La mentalidad de mi padre (guiada por el hábito en vez de por el intelecto) sólo podía pensar en términos de acumular o recibir (escasez) y estaba exclusivamente orientada hacia lo negativo. Su obsesión era conservar «lo que era suyo»

contra encontrar o crear valor para los demás. Lentamente me estaba dando cuenta de que había otra forma de pensar, una que piensa en términos de crear o agregar valor (abundancia/dar) y es altamente positiva. Buscando formas de ofrecer más de mi potencial completo (y de mi talento) no sólo pude crear más valor, sino también lograr vitalidad interna. (Kiyosaki, 2019: 90)

En el fragmento anterior, queda claro que lo central en la transformación de Dan fue su mentalidad antes que el volumen de su billetera. En el pasado, su percepción del mundo se asemejaba a la de su padre; se centraba en la escasez, la negatividad y la conservación. Pero se dio cuenta de que las cosas podían ser de otra manera si adoptaba otra actitud centrada en la abundancia y la positividad. Nuestro protagonista logra este descubrimiento de manera autónoma tras sentirse insatisfecho con su vida. Tiempo después, su hermano le habla del libro de Kiyosaki y confirma su revelación respecto de la mentalidad: “Ahí estaba un libro que ponía en palabras todo contra lo que estuve luchando durante casi mi vida entera”, exclama.

Stamateas (2015: 121) ilustra este punto con una fórmula muy simple:

$$\begin{aligned} &\text{Actitud (pensamientos correctos)} \\ &+ \text{Aptitud (dones y talentos)} \\ &= \text{ÉXITO} \end{aligned}$$

La fórmula está integrada por dos elementos: por un lado, la actitud, determinada por los pensamientos, y, por el otro lado, la aptitud, esto es, las habilidades de la persona. El orden de los factores, si bien puede no alterar el producto, nos indica la prioridad que le da a cada elemento el enunciador: “el mejoramiento y el cambio continuo empiezan primero en tu mente y en tu espíritu”, es la frase que encabeza la fórmula. Si bien el libro considera que las habilidades son un elemento necesario, no las entiende como el elemento principal sino como un complemento de la actitud mental. De hecho, en la fórmula la “aptitud” está formada por “dones” y “talentos”. La elección de estos términos nos habla antes de atributos fijos e innatos que sobre saberes y habilidades que necesitan ser desarrollados. En esa fórmula el elemento que debe ser ejercitado como condición primordial es la actitud mental y, por eso, esta es el objeto del entrenamiento práctico que propone durante la lectura.

El libro de Dyer presenta esta idea en sus secretos. El secreto número seis reza: “No se puede resolver un problema con la misma mentalidad que lo creó”, afirmando que la solución a los problemas parte de una transformación mental. En el mismo sentido, el secreto número diez dice: “La sabiduría consiste en evitar todos los pensamientos que nos debilitan”, dando cuenta de que nuestra debilidad y nuestra fortaleza dependen de

nuestros pensamientos. “Todo aquello que el hombre crea empieza con un impulso del pensamiento. El hombre no puede crear nada que primero no haya concebido en su pensamiento” (Hill, 2016: 194), sentencia el enunciador de *Piense y hágase rico*.

Como el éxito es presentado como un atributo de la mente, los libros de autoayuda proponen ejercicios para modificar la mentalidad de su lector/a. Una de las actividades más comunes parte de la revisión del pasado. Con el objetivo de identificar la manera en que quienes leen perciben el mundo y reaccionan a él, el enunciador propone tests autoaplicados o formula preguntas que lo hacen reflexionar sobre sus experiencias pasadas y, con frecuencia, dejar registro de sus comportamientos y pensamientos en espacios que ofrece el libro. Otra de las actividades habituales que propone el género implica ensayar respuestas a situaciones que pueden ser ajenas, ficticias o imaginarias. Cada vez que los libros reproducen un testimonio (ya sea una historia personal del enunciador, el testimonio de una persona reconocida o de una persona común) buscan producir la identificación de quienes leen con el protagonista y hacerlos reflexionar acerca de qué harían ellos en su lugar. Por último, la autoayuda sostiene firmemente que la semilla del éxito está en la mente y, por eso, propone a sus lectores/as ejercicios que involucran la visualización y la manifestación de los resultados. La visualización consiste en el ejercicio de imaginar con todos los detalles que hemos conseguido nuestros objetivos y aprovechar el estado de ánimo positivo que nos genera. Por su parte, la manifestación supone la enunciación afirmativa de aquello que no es más que un deseo con el objetivo de convencernos a nosotros mismos de que nuestra meta se hará realidad. El libro que más hace uso de estas actividades es *Tu mejor versión* el cual, de hecho, se introduce como un “diario de afirmaciones”. Veamos uno de sus ejercicios a modo de ejemplo:

Imagina una situación en la que normalmente experimentas miedo y piensa cómo sería una versión exitosa de ti mismo ante esa situación. Imagina los detalles, cómo te sientes y cómo te comportas. Escribe esa escena en la que eres un personaje que venció al miedo. (Cestaro, 2024: 24)

En este fragmento podemos ver un ejemplo de cómo la autoayuda busca activar el “poder de la mente” para producir los resultados que desea su lector/a. Antes que la consecuencia de una habilidad concreta o una actividad en el mundo exterior, este género considera que el éxito es el fruto de una determinada actitud mental y fomenta una transformación de la dimensión subjetiva de quienes leen: propone deshacerse de las antiguas creencias, invita a percibir el mundo exterior de una manera diferente, y busca desarrollar una mentalidad positiva a partir de la cual promete la creación de una nueva realidad. La idea según la cual el pensamiento puede transformar la realidad

objetiva que experimenta el sujeto tiene su extremo en aquellos libros que prometen la curación de enfermedades a través del pensamiento, como es el caso de *10 secretos*:

Hace muchos años, en un programa de radio tremendamente popular llamado El secreto más insólito, Earl Nightingale nos enseñó a muchas personas, que nos convertimos en lo que pensamos a lo largo del día. Sus pensamientos determinan si se siente empoderado o débil, feliz o triste, exitoso o no. Todo es un pensamiento que cargamos con nosotros. Los pensamientos felices crean moléculas felices. Su salud está determinada en gran parte por los pensamientos que tiene. Piense ardientemente que no tendrá gripe, y su cuerpo reaccionará a sus pensamientos. Rehúse ocupar su mente de sentimientos de fatiga, cansancio por el cambio de horario cuando viaja entre continentes, dolores de cabeza, y su cuerpo responderá a sus pensamientos. (Dyer, 2009: 80)

5.2.2. Fracaso vs fracasado

Ahora bien, si dijimos que para la autoayuda el éxito es el resultado de una determinada actitud mental, esto es igualmente cierto para el fracaso. Como vimos en el capítulo anterior, la autoayuda construye una visión positiva del fracaso. Los libros sostienen que es imposible evitar los errores y alcanzar nuestros objetivos sin dar ningún traspie. Se obsesionan con probar este hecho con las biografías de personajes renombrados y construyen estadísticas por lo menos sospechosas sobre la cantidad de errores que es necesario soportar antes de llegar a la meta. “El promedio de veces que los hombres de empresa fracasan antes de dar con el éxito es de 3,8”, sentencia Maxwell (2000: 14). “Padre rico dijo que la mayoría de los millonarios fracasaban tres veces antes de tener éxito” (Kiyosaki, 2019: 108), recuerda uno de los protagonistas de *Historias de éxito*. Yendo un poco más allá, Schuster (2023) alerta:

En estos estudios e investigaciones se descubrió que 9 de cada 10 empresas no pasan de los cinco años de vida. Y que 7 de cada 10 no llegan a superar los tres años de existencia. O sea que el 90% fracasa. Sí, estás leyendo bien, NOVENTA. En el amor, los números son un poco más benévolos: 6 de cada 10 parejas que se casan terminan separándose, con escándalos, peleas, Ana Rosenfeld y el conejo hervido. ¡Y ni hablar de las que no terminan en separación, pero son tremendamente infelices en su convivencia! (7)

En fin, no fracasar es casi imposible. De cualquier modo, este hecho no aparece como algo grave; en muchos casos, la autoayuda utiliza el término “fracaso” en un sentido liviano e intercambiable con las palabras error o equivocación. Cuando los libros

sostienen que no es posible alcanzar el éxito sin fracasar están diciendo que no es posible alcanzar resultados sin cometer algún error y que los errores son pasajeros. Pero la literatura de autoayuda realiza una distinción importante en este punto: no es lo mismo fracasar que ser un fracasado. La diferencia entre estas frases es una cuestión semántica. En un caso la palabra fracaso toma la forma de un verbo, “fracasar”, y, en el otro, la de un adjetivo, “fracasado”. Mientras está en forma de verbo, el fracaso es una acción con un principio y un final: una circunstancia. Mientras que cuando está en forma de adjetivo el fracaso se convierte en una cualidad de la persona, un atributo del que es difícil desprenderse: una identidad. Veamos un fragmento de *Fracasos exitosos* que recupera las enseñanzas de Dweck.

Carol Dweck escribe: «Detrás de una autoestima anquilosada por una mentalidad fija acecha una pregunta muy sencilla: si con el éxito te conviertes en alguien, ¿qué eres entonces cuando no tienes éxito?» Con esta mentalidad, como dice un artículo del New York Times, el fracaso pasa de ser una acción (he fracasado) a convertirse en una identidad (soy un fracasado). (Stamateas, 2015: 235)

En el fragmento anterior, la distinción entre el fracaso concebido como una acción o como una identidad reside en la mentalidad. En otras palabras: “la diferencia entre «un fracaso» y «ser un fracasado» estará proporcionalmente relacionada a cómo afrontes y te posiciones ante cada circunstancia que te desafíe” (Stamateas, 2015: 12).

Para la autoayuda, la medida del fracaso es subjetiva. Por eso, *Cómo fracasar* considera que es posible encontrar una definición de fracaso por cada persona a la que se lo preguntemos. El enunciador del libro propone su propia definición: “el fracaso es la distancia entre la expectativa y la realidad” (Schuster, 2023: 21). En esta frase el fracaso es pensado como un elemento que depende de la distancia entre nuestra percepción del mundo y lo que verdaderamente es. De esto se desprende que, si ajustamos nuestras expectativas a la realidad o si simplemente esperamos cosas poco ambiciosas, evitaremos fácilmente el fracaso. Así como el éxito consiste en tener una mentalidad positiva y se crea a través de la visualización y la manifestación, el fracaso también es fruto de nuestras creencias. “Dígase: No soy un fracasado. Solo fallé al intentar hacer algo. Hay una gran diferencia entre una situación y otra”, aconseja el libro de Maxwell (2000: 21).

Para el libro de Schuster, los argentinos pecamos especialmente en este punto. Somos “exitistas” y tendemos a ver todo en blanco y negro. De ahí se explica que hayamos tildado de “fracasado” a un Messi que había llegado sucesivamente a la final de la Copa

Mundial solo por el hecho de que no las había ganado, dice el enunciador. Los libros sostienen que ganar o perder son resultados y estos no hablan de nuestro éxito ni de nuestro fracaso. Como vimos antes, el éxito no es el logro ni la recompensa sino el efecto de nuestra mente cuando es positiva. De la misma manera, el fracaso no puede medirse por los resultados que obtengamos sino por la manera en que decidimos percibirlos.

Esto puede sorprenderlo, pero el fracaso es una ilusión. Nadie falla nunca en nada. Todo lo que uno hace produce un resultado. Si está tratando de aprender a agarrar una pelota de fútbol americano y alguien se la tira y usted la deja caer, no ha fracasado. Tan solo produjo un resultado. La pregunta verdadera es qué hará con el resultado que ha producido (Dyer, 2009: 27)

De acuerdo con esta idea, el fracasado no es definido objetivamente por un acontecimiento externo, sino que es fruto de la subjetividad de la persona. Uno se vuelve un fracasado cuando se “siente” fracasado. De esta descripción podemos derivar dos conclusiones. Primero, que el éxito y el fracaso son autodefinidos. Nadie más que nosotros mismos tiene la potestad de decidir sobre nuestra identidad. Y si esa identidad no depende de un resultado, entonces con la mera creencia de que somos exitosos basta para ubicarnos en esa posición. La frase atribuida a Thomas Edison “yo no fracasé, simplemente encontré 999 formas de que esto no funcione” es el claro ejemplo de cómo el éxito y el fracaso pueden determinarse sencillamente por una decisión individual. En este punto volvemos también sobre los elementos que habíamos visto en el capítulo anterior. Hay que deshacerse de todas esas opiniones externas que nos hacen creer que no podemos lograrlo, especialmente de los resultados que obtuvimos en la escuela y que nos convencieron de que si no obteníamos un diez no éramos suficientemente inteligentes. Asumir el éxito como destino es una obligación individual. La subjetivización de nuestros objetos discursivos tiene otra consecuencia curiosa. Si el éxito es entendido como un camino largo, de eso se desprende que no seremos nunca un verdadero fracaso mientras continuemos en viaje. Mientras cometamos errores y los consideremos como partes valiosas de ese camino, entonces ninguno de ellos nos dará el estatus de fracasado. Lo interesante es que puede tratarse de un camino infinito: de esta concepción subjetiva del fracaso se deriva que uno puede vivir una vida plagada de equivocaciones y no obtener nunca los resultados que busca y aún así permanecer en un estado de éxito potencial.

El fracaso actúa de la misma manera. No es un lugar al que se llega. Como el éxito, no es un resultado ni es un fracaso. Es cómo usted enfrenta la vida

a lo largo del camino. Nadie puede decir que ha fracasado mientras no exhale el último suspiro. Hasta ese momento, todavía estará en proceso, y aún no se habrá dicho la última palabra. (Maxwell, 2000: 13)

Del análisis presentado anteriormente es posible sostener que la subjetivización del éxito y del fracaso que provoca la autoayuda puede hacer que vivamos en una realidad imaginaria. Autoconvencidos de la propia virtud, ahogados en un mar de positividad, la autoayuda alienta a creer intensamente que somos aquello que queremos ser sin importar si alguna vez realmente nos convertimos en ello. Los textos nos alientan a dar una batalla interior que es, primero, contra la opinión de otros, y luego contra nosotros mismos. Y la única manera que tenemos de ganarla es permanecer en un estado de perpetuo optimismo. El desafío que tiene la autoayuda es el de producir en su lector/a un cambio rotundo en su percepción del mundo, pero también de sí mismo. No hay promesas de resultados si no hay, por parte del lector, un compromiso en transformar su mirada. De esta manera, los libros construyen una garantía de su eficacia al atribuir a quienes leen la responsabilidad última sobre los resultados: si no se consigue lo buscado nunca es por los efectos insuficientes de la biblioterapia sino porque todavía no se ha producido esa transformación interior necesaria.

5.3. Atributos mentales y emocionales

Quienes leen autoayuda pueden ser muy diferentes unos de otros y estar acechados por preocupaciones diversas. Si, hasta aquí, la autoayuda evitaba cerrar el significado que le otorgaba a nuestros objetos discursivos, cuando se trata de hablar sobre los cambios que debe lograr el sujeto lector para acercarse al éxito, la cosa se pone menos oscura. Mientras en el *corpus* el éxito puede ser alcanzar la paz de Dios, ser libre financieramente, lograr la realización personal, cambiar la mentalidad, o simplemente “atravesar una aventura de transformación”, los atributos que debemos incorporar en el proceso de la lectura son muy precisos. En la siguiente tabla recupero sólo algunas de las cualidades que aparecen asociadas al éxito y al fracaso en el *corpus*. Si bien no se trata de una recopilación exhaustiva, es posible sostener que estas cualidades aparecen en todos los textos sin importar el subgénero al que pertenezcan.

ÉXITO	FRACASO
Coraje, valor	Miedo
Dominio propio	Docilidad, obediencia
Apertura mental, pensamiento flexible	Rigidez, estructura

Determinación, motivación	Desánimo, desaliento, duda
Enfrentamiento del riesgo	Evasión del riesgo, zona de confort
Cambio y adaptación	Conservadurismo
Búsqueda de nuevos desafíos	Conformismo
Aprendizaje	Penalización del error
Excelencia	Perfeccionismo
Administración de la presión y el fracaso	Frustración, angustia
Fortaleza	Debilidad
Esfuerzo, voluntad, perseverancia	Abandono, postergación
Autoconocimiento, autenticidad	Complacencia del otro
Creatividad, innovación	Repetición, rutina
Optimismo	Pesimismo
Iniciativa, compromiso	Apatía
Habilidades sociales	Habilidades técnicas
Resiliencia	Fragilidad
Autoestima	Culpa, orgullo, ego

Los atributos asignados a las personas de éxito son los que componen lo que llamaré una “mentalidad positiva” mientras que los otros caracterizan una “mentalidad negativa” destinada al fracaso. Mientras deja en nosotros la responsabilidad de definir qué son el éxito y el fracaso, cuando se trata de determinar los atributos que nos llevan a ellos, nuestro *corpus* alcanza consenso en torno a las características de la tabla. Se trata, en todos los casos, de atributos mentales o emocionales ligados inextricablemente a la subjetividad del individuo.

5.3.1. La autoayuda y el “espíritu del capitalismo”

Los atributos que recopilé en la tabla y que podemos recoger de los fragmentos que presenté hasta aquí no constituyen una lista desordenada. De hecho, se parecen a los elementos que componen el “nuevo espíritu del capitalismo” construido por Boltanski y Chiapello (2002) a partir de la lectura, justamente, de libros de gestión empresarial, parientes cercanos de la autoayuda. Siguiendo un enfoque weberiano, Boltanski y Chiapello llaman “espíritu del capitalismo” al conjunto de elementos que, si bien ajenos en su finalidad a la lógica capitalista, inspiran a los actores en sus acciones a favor de la acumulación del capital.

El “espíritu” cumple un requisito esencial en el proceso de justificación. No se trata de un “suplemento del alma” o de una mera “superestructura” sino que es un elemento indispensable para otorgarle legitimidad al proceso de acumulación a la vez que para imponerle límites. Por un lado, ofrece un conjunto de justificaciones morales que tienen como efecto “permitir que las personas no encuentren su universo cotidiano invivable”, requisito mínimo para la permanencia de un mundo determinado, pero también para impulsar las acciones necesarias para su constante recreación. A medida que la capacidad de acumulación de un determinado estilo de capitalismo encuentra su fin, el sistema transforma sus modos de producir y el “espíritu” se ajusta a los nuevos requerimientos morales del capital, ofreciendo a los actores justificaciones éticas para las nuevas prácticas laborales que deben incorporar. Es decir, permite al capitalismo transformar sus tecnologías, sus relaciones de producción, sus formas de acumulación sin perder la adhesión de sus protagonistas. Pero además, de acuerdo con las justificaciones planteadas no todo enriquecimiento es justo y no toda acumulación es lícita; el “espíritu” distingue al capitalismo de la pura pasión por el dinero, la libertad financiera de la mera opulencia. En un segundo momento, entonces, el sistema encuentra en su “espíritu” un límite a las acciones posibles, constricciones necesarias para la delimitación de un determinado tipo de justicia.

De acuerdo con los autores, el espíritu del capitalismo muta en función de responder a las demandas realizadas al sistema en una etapa precedente. A la hora de transformarse, moviliza elementos que ya gozaban previamente de una adhesión amplia y los convierte en el eje de una nueva forma de justicia sobre la cual serán juzgadas las nuevas prácticas sociales. De ahí que podamos ver cómo los integrantes más viejos de nuestro *corpus*- supuestamente anacrónicos al nuevo espíritu- adquieren, de pronto, una nueva actualidad para vivir en el presente.

Para Boltanski y Chiapello (2002), a partir de los '90 es posible advertir un cambio en el espíritu del capitalismo que -acompañando las mutaciones en las relaciones de producción, en los modos de acumulación y en las técnicas productivas- se propone ofrecer alivio a las demandas expresadas en la que los autores llaman la “crítica artista”. Esta crítica parte del cuestionamiento al capitalismo como a) una fuente de *desencantamiento* e *inautenticidad* de los objetos, las personas, los sentimientos y en general del estilo de vida asociado a él, y b) como una fuente de *opresión* que se opone a la libertad, la autonomía y la creatividad de las personas. A raíz de esta concepción, el nuevo espíritu del capitalismo se funda en la promesa de *autenticidad* y *libertad* para los seres humanos, de la construcción de un capitalismo más humano, donde se respete y priorice el “saber estar” (*savoir être*) por sobre el “saber hacer” (*savoir faire*).

Boltanski y Chiapello (2002) describen las características de este nuevo horizonte normativo a partir de manuales de *management* empresarial de la década del '90 cuya retórica, consideran, es propia del capitalismo actual. En trabajos precedentes ya se han pensado los libros de autoayuda como parte de esta misma retórica (Medina-Vincent, 2020). Mientras el *management* está destinado a los cuadros de las empresas y busca implementar ciertos principios de justicia en la gestión empresarial, los libros de autoayuda son productos culturales destinados a extender esa misma lógica moral y justificativa hacia otros ámbitos de la vida social. En este sentido, no debe sorprendernos que la autenticidad y la libertad, valores fundamentales del nuevo espíritu aparezcan también como dos elementos necesarios para la obtención del éxito según la literatura de autoayuda.

El desarrollo de un “nuevo espíritu del capitalismo” comienza por el diagnóstico de lo que Boltanski y Chiapello (2002) denominan “mundo conexcionista o reticular”. Este panorama ofrece:

un nuevo sistema de valores sobre el cual podrán apoyarse las personas para emitir juicios, discriminar los comportamientos adecuados y aquellos que conducen a la exclusión, premiar cualidades y actitudes que hasta entonces no habían sido identificadas claramente, legitimar nuevas posiciones de poder y seleccionar a aquellos que se beneficiaran de ellas (156).

El cambio en la concepción del mundo se plasma en la recuperación del término “red” como representación armoniosa de un orden natural en el que los individuos se encuentran conectados entre ellos y cuya vida social se compone de encuentros temporales, pero reactivables, realizados eventualmente entre grupos diversos a distancias considerables. Allí, los “proyectos” aparecen como los momentos decisivos que vinculan el compromiso de los actores en una misma empresa y garantizan la producción y la acumulación de manera flexible.

En el marco de este nuevo panorama se pueden ubicar los atributos aconsejados y desaconsejados por la autoayuda que figuran en la tabla anterior. En la “ciudad por proyectos” -como llaman los autores al nuevo aparato justificativo característico del presente- el “principio superior común” de acuerdo con el cual se mide la grandeza de las personas y las cosas es *la actividad* entendida como una acción que no distingue entre la orientada al trabajo asalariado, al ocio o a la vida doméstica. Llevándolo a nuestro análisis, vimos cómo los libros se niegan a decretar qué es el éxito, aceptan la multiplicidad de ámbitos en los que puede expresarse e incentivan a quienes leen a que identifiquen cuál de todos es el que ellos desean. Para la autoayuda lo importante es

tener una meta y “ponerse en acción” para alcanzarla, y no realizar una distinción respecto de una actividad que sea considerada especialmente valiosa y otra que no.

La actividad por excelencia para este nuevo espíritu implica participar en proyectos con otros a través de los cuales explorar redes y generar conexiones. La “relación entre los seres” responde a la figura de *la conexión* para la que es necesario saber comunicar, aprender a confiar e inspirar confianza, trabajar en equipo y discutir libremente nuestras ideas. Para conectar es imprescindible dominar el arte de “tratar con la gente” y por eso, los libros se ofrecen como consejeros sobre el tema, siendo este el tópico principal de *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*.

Por su parte, el “estado de grandeza”, aquel que es valorado en la ciudad por proyectos, es representado en la figura del *mediador*. El mediador es una persona capaz de comprometerse con un proyecto, pero, asimismo, hábil para despegarse de él cuando este llega a su fin, adaptarse a las nuevas condiciones e incorporarse a un nuevo proyecto de manera exitosa. El mediador tiene la capacidad de entusiasmarse con una empresa, de perseguir objetivos con determinación, pero también es flexible, polivalente y autónomo ya que su supervivencia no depende de un proyecto en particular y está dispuesto a tomar riesgos para insertarse en uno nuevo. La actividad del mediador es concebida como “justa” en esta cosmovisión en tanto y en cuanto *redistribuya las conexiones* que detenta. Los héroes del nuevo espíritu son aquellos que utilizan su habilidad para vincularse con otros y liderar proyectos de manera en que “los pequeños” -es decir, aquellos que se caracterizan por su timidez, su rigidez o su miedo- se vean beneficiados en el intercambio. La actividad es justa cuando el grande permite enaltecer al pequeño.

En nuestro análisis, los mediadores son aquellos que la autoayuda llama “mentores”. Se trata de personas que, valoradas por su experiencia y sabiduría, comparten sus conocimientos con otros brindándoles consejos, incorporándolos a sus proyectos y acercándolos a los logros que estos desean conseguir; son el otro en su versión positiva, cuando en vez de limitar con mandatos desarrollan su actividad para el beneficio de todos. En este sentido, es posible observar cómo muchos de los autores y autoras se erigen como ejemplos del “mediador”. Napoleon Hill, por ejemplo, sostiene ser la vía a través de la cual el magnate del acero, Andrew Carnegie, comparte su secreto fundamental. De la misma manera, nuestros autores se presentan como divulgadores de un conocimiento experto revelador (Dweck, Kiyosaki, Tarrés), de un secreto escondido por mucho tiempo (Hill, Carnegie), de un tema del que nadie se ha atrevido a hablar (Stamateas, Maxwell, Schuster) o como guías para recorrer exitosamente un camino trascendental (Dyer, Cestaro). En todos los casos, quienes escriben se revisten del estado de grandeza y entienden sus libros como obras destinadas al bien común.

Por último, Boltanski y Chiapello (2002) sostienen que la grandeza implica una “fórmula de inversión”, algo que se sacrifica en virtud de conseguir el estado de grande. De acuerdo con la lógica de la ciudad por proyectos el grande sacrifica su *estabilidad* a cambio de poder explotar las redes que descubre y verse beneficiado de sus intercambios. Según esta nueva cosmovisión es necesario lanzarse a un mundo inestable, desprenderse de todo lo que nos ata y transitarlo con ligereza. De este sacrificio dependerá nuestra capacidad para sobrevivir de proyecto en proyecto, para saltar de una actividad a otra y para reactivar los vínculos que establecimos anteriormente. Como sostiene la autoayuda, es preciso desprenderse de todo: de los mandatos familiares, de las obligaciones contractuales, del peso de la tradición, de los deberes institucionales, de nuestra herencia.

En este contexto profundamente inestable lo único que permanece inalterable es el sí mismo. La literatura de autoayuda es afín al nuevo espíritu del capitalismo descrito por Boltanski y Chiapello: en ambos, el individuo aparece como el principio y el fin de las cosas y su interior es lo único que le acompañará en su salto de proyecto en proyecto. La literatura aporta a este nuevo horizonte moral al proponer un trabajo subjetivo que le permita a su lector/a alcanzar el éxito en un contexto flexible. Si nos encontramos en un mundo reticular donde las conexiones son temporales y los proyectos que nos unen son pasajeros, si lo único que permanece en la transición entre actividades somos nosotros mismos, se abre entonces la necesidad de trabajar sobre este material perdurable y etéreo que se manifiesta en nuestro interior: nuestra percepción del mundo, nuestros pensamientos, nuestras disposiciones mentales y emocionales. En fin, nuestra subjetividad. El éxito, entonces, dependerá de la profundidad con la que realicemos el ejercicio subjetivo que prescribe la autoayuda.

5.3.2. La autoayuda y la emoción

En su libro *La salvación del alma moderna* (2010), Eva Illouz realiza un diagnóstico similar al de los autores precedentes. No obstante, Illouz encuentra un término quizás más preciso para pensar nuestro objeto. Para la autora, la autoayuda es parte de lo que llama la “cultura terapéutica”, un “nuevo lenguaje del yo” que transformó la forma de comprendernos a nosotros mismos y, por ende, a nuestras relaciones sociales y a nuestras acciones. Se trata de un marco cultural novedoso que ha ganado una influencia tan extraordinaria que ha logrado institucionalizarse en varias esferas de la sociedad contemporánea, moldeando las prácticas en las escuelas, en las organizaciones económicas, en las religiones, en el Estado, entre tantas otras. Y, por lo tanto, produciendo efectos económicos, políticos, sociales y culturales muy profundos.

De acuerdo con Illouz, la cultura terapéutica es un sistema cultural formal -reglado por organizaciones formales y transportado por redes profesionales- pero también un sistema cultural informal, difundido y amorfo, presente en prácticas cotidianas y autocomprensiones. La autoayuda puede ser producto de expertos de la psicología (como en el caso de *Mindset*, podríamos decir), la sociología o la neurociencia pero también se derrama en programas televisivos, grupos de apoyo, cursos de *mindfulness*, placas que circulan por redes sociales y libros de autoayuda. Así como en interpretaciones cotidianas de quienes la consumen, por supuesto. Lo que vincula la práctica profesional de los terapeutas con su difusión en productos de cultura masiva como nuestros libros es, para Illouz, que comparten un mismo “estilo emocional”, es decir, “la combinación de modos en que una cultura comienza a preocuparse por ciertas emociones y crea técnicas específicas -lingüísticas, científicas, rituales- para aprehenderlas” (28).

Los libros de autoayuda que revisamos en esta tesina pueden no definir el éxito de la misma manera y, sin embargo, comparten técnicas de gestión emocional y prescriben actitudes mentales similares, acordes a la “cultura terapéutica” que describe Illouz. Como vimos, la literatura de autoayuda provee a los sujetos de un espacio para ensayar situaciones emocionalmente desafiantes y, mediante la lectura, los alienta a transformar sus percepciones, disposiciones y expectativas en un sentido preciso: hacia el convencimiento de que la solución a los problemas individuales se logra antes en la mente que actuando sobre el mundo real.

La intervención de la autoayuda es, antes que nada, emocional y mental, y por eso, infinitamente más efectiva que otros mecanismos que intentan influir sobre las personas. En este trabajo, seguimos a Illouz (2010) cuando sostiene que “el eslabón perdido central que conecta a la estructura con la agencia personal, [es] la emoción (23). Para la autora, la emoción proporciona la energía interna que nos impulsa a realizar un acto y, por eso, adquiere un rol central para la explicación de la acción social. Lejos de ser elementos presociales o preculturales, las emociones son determinadas por significados culturales y relaciones sociales hasta tal punto que no lo podemos ver. En palabras de la autora, “las emociones son aspectos profundamente internalizados e irreflexivos de la acción, pero no porque no contengan suficiente cultura y sociedad, sino porque de hecho contienen demasiado de ambas” (24). Largamente olvidadas por la sociología, las emociones son abordadas en esta tesina como un componente fundamental de la acción social y como el elemento a partir del cual la autoayuda ejerce un impacto real sobre el mundo. Veamos algunos tratamientos que realiza nuestro *corpus* sobre el tema.

Uno escucha todo el tiempo decir a las personas. “Tengo el derecho de sentirme molesto por la forma en que he sido tratado.” Tengo derecho a estar enojado, herido, deprimido, triste y resentido.” Aprender a evitar este tipo de razonamientos, es uno de mis máximos secretos para tener una vida de paz interna, éxito y felicidad. En cualquier momento en que se sienta lleno de resentimiento, está entregándoles el control de su vida emocional a los demás, para que lo manipulen (Dyer, 2009: 58).

En este fragmento el éxito es asimilado con una cierta gestión emocional. Para el enunciador de *10 secretos*, no existe tal cosa como un “derecho” a dejarse llevar por las emociones. Por el contrario, el éxito reside en alcanzar el control de nuestros estados de ánimo. Evitar el enojo, la depresión, la tristeza y el resentimiento que nos pueden provocar eventos externos y reemplazarlos por pensamientos positivos de paz, éxito y felicidad parece ser la clave para una vida exitosa. En este punto se combinan dos elementos que he resaltado anteriormente. Por un lado, el éxito depende de ciertos atributos mentales y emocionales. Y por el otro, esos atributos pueden ser alcanzados mediante una ejercitación subjetiva como la que propone la simple reflexión en la lectura. Veamos otro fragmento donde el éxito aparece vinculado a “no dejarse llevar” y alcanzar el control de nuestras emociones pero esta vez extraído del libro de Tarrés, pensado para un público argentino.

Una de las máximas de la bolsa de valores dice que “la avaricia vence al miedo”. Esa frase anónima, que a muchos les hubiera gustado recitarla por primera vez para hacerla propia, describe una típica característica del alma humana. Cualquier inversor pierde el miedo cuando supone que hay una ganancia extraordinaria por delante. El problema llega cuando quien se animó a invertir todo su capital en determinado activo se da cuenta de que esa ecuación conlleva un riesgo mayor al esperado y es demasiado tarde. En los últimos meses, con Luis “Toto” Caputo de ministro de Economía, proliferaron las conversaciones sobre inversiones y rulos financieros entre grupos de Telegram. El exministro de Finanzas de Mauricio Macri es apodado en las bolsas del mundo como el Messi de las finanzas. Aunque a él no le guste esa analogía con el mejor futbolista de la historia argentina, hay evidencia empírica que sugiere que Caputo tiene facilidad para hacer inversiones exitosas. Esa característica difícil de encontrar en un funcionario llama la atención de miles de jóvenes que idolatran al actual presidente de la Nación como si fuese un rockstar. Y por carácter transitivo, también aplauden a Caputo, a quien desean imitar por “basado” (Tarrés, 2024: 21).

En el fragmento extraído de *#ArgenPlata*, el enunciador aborda el mundo de las finanzas desde su costado emocional. Este es un hecho que puede verse a través de todos los testimonios retratados en nuestros libros de autoayuda financiera: incluso en la dimensión del dinero, donde podríamos pensar que dominan la racionalidad y el cálculo, la emocionalidad aparece como el elemento decisivo. El caso es claro y encuentra en el actual ministro de Economía a su ejemplo paradigmático. Para saber jugar el juego de las finanzas hay que saber balancear el riesgo y la ambición. El deseo de dinero puede ser lo suficientemente intenso para vencer el miedo que nos detiene pero también una pasión tan extrema que nos lleva a actuar irreflexivamente. Es preciso encontrar un punto de equilibrio. Para la autoayuda, el exitoso se distingue, fundamentalmente, por estar en control de sus propios sentimientos.

Como decía, el hecho de que los textos tematicen el éxito y el fracaso en torno a actitudes mentales y emocionales no es despreciable. Por el contrario, las emociones se encuentran en la base de la acción social, como su contenido más irreflexivo, y por lo tanto, más socialmente determinado. Prescribiendo emociones y percepciones “positivas” (o que nos acercan al éxito) y “negativas” (o que nos acercan al fracaso), la autoayuda motiva la acción desde sus raíces más invisibles. Además, según Boltanski y Chiapello (2002) las actitudes mentales y emocionales recopiladas en la tabla anterior son parte de una misma lógica de justificación que los autores denominaron “ciudad por proyectos” y que es el elemento específico que distingue “el tercer espíritu del capitalismo” de los anteriores. En este sentido, las emociones que prescriben los libros impulsan desde la raíz subjetiva una acción ajustada a las formas concretas adoptadas por la acumulación del capital en una época determinada: la nuestra.

Los trabajos de Arlie Hochschild (2003) nos permiten profundizar más sobre esta idea. Para Hochschild, actualmente nos encontramos en una etapa que denomina “capitalismo emocional”. En esta etapa del capitalismo no es suficiente con vender nuestro “trabajo físico” (*physical labour*) ni tampoco nuestro “trabajo intelectual o mental” (*mental labour*) sino que se vuelve cada vez más necesaria la adhesión de un “trabajo emocional” (*emotional labour*) para garantizar la acumulación del capital.

La autora distingue entre *emotional work* y *emotional labour*. La primera refiere a la capacidad humana de administrar y gestionar nuestras emociones en la dimensión privada de nuestras vidas. Cuando fingimos un enojo desmesurado ante nuestros hijos o incluso frente a nuestras mascotas, nuestras emociones tienen un valor de uso preciso que se manifiesta en el efecto disuasor que genera sobre las acciones que estos pueden estar realizando; es el ceño fruncido que ponemos para indicarles que derramar la comida al piso está mal.

Por el contrario, con la categoría de *emotional labour* Hochschild se refiere a la utilización de la gestión emocional en nuestra vida pública, más precisamente, a nuestra capacidad emocional cuando es puesta al servicio del capital. La autora ilustra esta categoría en las sonrisas desplegadas por las azafatas y el miedo provocado por los cobradores de impuestos. En el primer caso, el valor de una sonrisa personal se convierte en un reflejo de las disposiciones de la aerolínea; expresan la confianza en que el avión no se estrellará, la garantía de que el vuelo llegará a destino y a horario, así como brinda la bienvenida e invita a volver a elegir el servicio de la empresa. En el caso de los cobradores de impuestos la autora ilustra el caso opuesto: allí las emociones no tienen la función de exaltar la importancia del cliente ni provocar familiaridad, sino que son utilizadas para disminuir el estado del cliente provocando desconfianza y enojo. Ambos constituyen casos paradigmáticos sobre cómo dos profesiones no pueden realizarse plenamente sin introducir la dimensión emocional como un trabajo subrepticio a la vez que necesario. A esto podríamos agregar el caso proporcionado por nuestro *corpus* que sostiene que un ministro de Economía debe tener la destreza de equilibrar “la avaricia y el miedo”.

Visto desde la categoría de Hochschild, la literatura de autoayuda puede ser pensada como un dispositivo mediante el cual se entrena la capacidad de gestión emocional de quienes leen y se les prepara para ejercer las disposiciones mentales y emocionales consideradas positivas. Como sostuve en la caracterización del género, la autoayuda busca provocar la transformación subjetiva de sus lectores/as bajo la promesa de un cambio radical de su existencia. La capacidad de adaptar nuestras actitudes mentales y emocionales al nuevo horizonte moral que alienta el género de la autoayuda en todas sus variantes es precisamente la habilidad más valorada por el capitalismo actual, es lo que nos hace “empleables”. Inyectadas en nuestras profesiones, la flexibilidad, la resiliencia, la determinación, la autenticidad, la creatividad, la habilidad de lidiar con otras personas, la iniciativa, el aprendizaje continuo, entre tantas otras disposiciones “positivas” asociadas al éxito, adquieren un valor de cambio ajustado a determinadas “reglas del sentir” que hacen posible la acumulación en la etapa actual del capitalismo. Desde este marco teórico no pretendo contradecir las consignas de la autoayuda ni asignarles un efecto pernicioso sobre el individuo. Mucho menos señalarla como la responsable de la dominación en un orden social pensado como injusto. Desde una mirada sociológica, parece mucho más conveniente escapar a una “epistemología de la sospecha”, y realizar un análisis -como propone Illouz (2010)- que no mida las prácticas culturales contra lo que deberían ser sino que busque, más bien, comprender “de qué modo han llegado a ser lo que son y por qué, siendo aquello que son, ‘consiguen cosas’ para la gente” (15). Los efectos del “nuevo espíritu del capitalismo”, de la “cultura

terapéutica” o, simplemente de nuestro objeto, la literatura de autoayuda, se manifiestan en la popularidad que han adquirido en las sociedades contemporáneas, en su capacidad para atravesar fronteras y de influir sobre grupos sociales diversos. Lo que nos permiten las teorías sociológicas de Boltanski y Chiapello (2002), Illouz (2010) y Hochschild (2003) es pensar la tematización subjetiva y emocional del éxito y el fracaso realizado por la autoayuda como un cambio cultural que hunde sus raíces en transformaciones estructurales y que se consolida cada vez más profundamente en las instituciones que regulan nuestra vida en común. De hecho, en la breve historia de la autoayuda que esboqué vimos que esta cristaliza concepciones que tienen sus orígenes en procesos históricos de larga data y que ha evolucionado hasta convertirse en uno de los géneros literarios más leídos en la actualidad (cf. Capítulo 1). Cuando sostengo que la autoayuda “consigue cosas” para la gente quiero decir que los libros tienen efecto y que es en virtud de estos efectos que se han vuelto *bestsellers*. Contrariamente a lo que podemos pensar, la autoayuda no consiste en un manojo de ideas baratas ni de consejos borrosos e inaplicables sino que constituye un dispositivo cultural complejo que expresa las transformaciones de nuestro mundo y ofrece respuestas para vivir en él.

5.4. La autoayuda, ¿sirve?

De nuestro desarrollo hasta aquí se derivan un conjunto de posibles definiciones de nuestros objetos discursivos determinadas por una combinación de la actitud mental y emocional desarrollada por el individuo (factor subjetivo) y los resultados obtenidos como consecuencia de sus acciones en el mundo exterior (factor objetivo). Estas se presentan sintetizadas en el cuadro siguiente:

Actitud mental y emocional	Resultados	Condición
+	+	Éxito
-	-	Fracaso
+	-	Éxito
-	+	?

En la primera fila de nuestra tabla consideramos a aquellas personas que poseen una actitud mental positiva y que han obtenido los resultados que buscaban. Este es el modelo del éxito más puro posible pero también, como vimos en los textos, del más improbable, porque es poco frecuente que los logros aparezcan linealmente y con facilidad. Este modelo ilustra el primero de los argumentos de la autoayuda: los

resultados son la consecuencia de una actitud mental correcta y la lectura puede acercarnos a entrenar nuestra mente en este sentido, y por ende, a obtener las cosas que deseamos.

En la segunda fila, vemos el caso opuesto. Se trata de aquellas personas que desarrollan una mentalidad negativa y que, como consecuencia, no obtienen los resultados que buscaban. Cabe aclarar que cuando me refiero a una mentalidad positiva o negativa, no estoy hablando simplemente de ser optimista o pesimista -es decir, de creer que las cosas van a salir bien o mal- sino de adoptar las actitudes mentales que la autoayuda considera positivas o negativas, tal y como las distribuí en la tabla anterior y como las distinguen Boltanski y Chiapello en el “estado de grande” y el “estado de pequeño”. Sólo para recordar algunas características, la mentalidad es positiva cuando la persona se muestra valiente, creativa, arriesgada, flexible, auténtica y determinada. Por el contrario, una mentalidad negativa se caracteriza por la rigidez, la culpa, el miedo, la autocompasión, la baja autoestima y la docilidad. La autoayuda considera que toda persona que entrene su mentalidad en el sentido negativo sólo podrá obtener resultados negativos. Especialmente porque aquella negatividad obstruye su mirada impidiéndole ver “lo bueno” que sucede.

En la tercera fila vemos el caso más tematizado por la autoayuda y aquel del que estuvimos hablando en este capítulo. Se trata de aquellas personas que desarrollan una mentalidad positiva y que no obtienen los resultados esperados. Estas personas pueden “fracasar” pero en ningún caso son concebidas como “fracasadas” ya que sus atributos mentales les permitirán aprender de sus errores sin desalentarse, adaptar su rumbo con facilidad y perseverar en sus objetivos. El aprendizaje, la determinación y la tolerancia de la frustración son las actitudes que hacen que, en los textos, estas personas sean vistas como exitosas. Se trata de la mayoría de los testimonios de *Historias de éxito* y *#ArgenPlata*. Allí las personas atraviesan dificultades y son concebidas como exitosas mientras puedan hacerles frente a estas adversidades, independientemente de que se conviertan en millonarias o realicen buenas inversiones. Para la autoayuda, este modelo se combina, más tarde o más temprano, con el primero. Luego de muchos fracasos y muchas derrotas, quienes tienen la actitud correcta pasarán a la primera fila y alcanzarán los resultados deseados.

En la cuarta fila vemos la última combinación posible entre mentalidad y resultados. Se trata de los casos en los que una persona con una mentalidad incorrecta o negativa alcanza los resultados que busca. La condición que acompaña el modelo permanece indefinida ya que, durante la lectura, advertí que esta combinación, aunque posible, no aparece ilustrada en el *corpus*. Para la autoayuda, el camino al éxito es arduo y nos enfrenta a múltiples derrotas, por lo que sería imposible que una persona que carece de

los atributos mentales y emocionales necesarios para resistir los embates del camino pueda obtener los resultados que busca más que como una mera casualidad. Esta combinación permanece indeterminada simplemente porque escapa del paradigma esbozado en la autoayuda.

El hecho de que los libros elijan retratar historias del tercer modelo -personas que han fracasado y aun así son consideradas exitosas- y eviten las del cuarto -la de personas que han conseguido sus logros a pesar de no haber logrado la transformación subjetiva necesaria- nos indica dos cosas. En primer lugar, esto se debe a que los libros necesitan convencer a sus lectoras/as de que lo que desean es posible, pero, además, de que mediante la lectura se acercan a conseguirlo. De que la lectura es útil. Ubicando el origen del éxito y el fracaso en la subjetividad de quienes leen antes que en factores externos, la autoayuda fundamenta la utilidad de sus consignas que tienden a destacar los beneficios ilimitados de un cambio de perspectiva. La siguiente cita, aunque un poco extensa, servirá para ejemplificar esta cuestión.

¿Qué hace la diferencia? ¿Por qué a algunas personas les va tan bien? ¿Será por ...

- el trasfondo familiar? Crecer en una buena familia es algo por lo que cualquiera debería sentirse agradecido, pero no es un indicador confiable de ser la razón para el éxito. Un alto porcentaje de las personas exitosas viene de hogares destruidos.
- la riqueza? No, algunos de los hombres y mujeres de mayor éxito vienen de la clase media y de la clase media baja. La riqueza no es un índice de éxito ni la pobreza es garantía de logros insignificantes.
- la oportunidad? Bueno, la oportunidad es algo muy especial. Dos personas con dotes, talentos y recursos similares pueden observar una situación dada, y una de ellas verá tremendas oportunidades en tanto que la otra no verá nada. La oportunidad está en el ojo del observador.
- una alta moralidad? Me gustaría que esta fuera la clave, pero no lo es. He conocido personas absolutamente íntegras que han logrado muy poco. Y he conocido sinvergüenzas de un tremendo éxito. Usted también los conoce.
- la ausencia de dificultades? Por cada persona exitosa que ha esquivado a la adversidad, hay una Helen Keller que venció incapacidades extremas o un Víctor Frankl que sobrevivió a horrores absolutos. Así es que tampoco es la ausencia de dificultades.

No, ninguna de estas cosas es la clave. Para decirlo en forma franca, yo sé solo de un factor que separa a los que se distinguen en forma consistente de los que no: La diferencia entre la gente mediocre y la gente de éxito es su percepción de y su reacción al fracaso. Ninguna otra cosa tiene la clase de

impacto en la capacidad de las personas de alcanzar y llevar a cabo cualquier cosa que se propongan y deseen. (Maxwell, 2000: 5)

En el fragmento anterior, el enunciador de *El lado positivo del fracaso* enumera una por una las desigualdades objetivas que, sabemos, constituyen nuestro mundo. Y su conclusión es absoluta: “ninguna de estas cosas es la clave del éxito”. De hecho, para el enunciador se trata solamente de excusas utilizadas para eludir la responsabilidad que tenemos sobre nuestro destino. Como fundamenté anteriormente, para la autoayuda el éxito y el fracaso dependen enteramente de uno mismo. Se tratan, en el final, de posturas subjetivas frente a las situaciones a las que nos vemos enfrentados. La referencia al éxito y al fracaso como logros que se obtienen en el interior -y pese a cualquier condicionamiento exterior- busca convencer al enunciatario de que ninguna condición objetiva tiene el poder de decidir sobre su destino si este desarrolla su mentalidad siguiendo las recetas del libro. De hecho, entender que la semilla de nuestros resultados es nuestra actitud mental y asumir la responsabilidad individual de las consecuencias de nuestras acciones se convierte en un elemento determinante del “genio”.

Los genios no echan la culpa de sus fracasos y errores a los otros, ni al tiempo, ni a su herencia, ni al gobierno de turno. Saben cuál es su responsabilidad y lo que les toca hacer. (Stamateas, 2015: 49)

En segundo lugar, la insistencia en las historias de superación del tercer modelo tiene el objetivo de convencer a quienes leen de que los resultados obtenidos sólo son valiosos si son precedidos por las actitudes mentales y emocionales prescritas por la autoayuda. Cualquier resultado que no esté anclado a estos principios aparece como imposible o bien como algo pasajero.

Este último punto nos habla de la función social que cumplen los textos. A través de sus consejos y de los atributos mentales y emocionales que prescribe, la autoayuda contribuye a difundir hacia un público numeroso el “nuevo espíritu” o el “nuevo lenguaje del yo” del que hablamos anteriormente. Este novedoso horizonte moral contribuye, fundamentalmente, a proporcionar a los actores principios de justicia y justificaciones morales con las cuales medir sus vivencias cotidianas. Quienes son exitosos no lo son por lo que obtienen sino en virtud de su trabajo y su dedicación, de su compromiso con la empresa, de sus habilidades para tratar con la gente, de sus atributos mentales y emocionales debidamente ejercitados. En este sentido, los valores promovidos por la autoayuda aparecen como la prueba moral de un éxito entendido como justo y democrático, alcanzable por todas las personas gracias a la lectura.

Es precisamente aquí donde se devela la verdadera utilidad de nuestro género. Si sostuvimos con Illouz que los libros “consiguen cosas” para la gente, es porque le ofrecen un conjunto de justificaciones con las cuales legitimar sus prácticas, sus disposiciones y sus logros. De hecho, los atributos mentales y emocionales valorados por la autoayuda se encuentran en la base de las explicaciones enarboladas por los actores para justificar, incluso, sus posiciones de privilegio. Trabajos como los de Gessaghi y Luci (2016) muestran cómo el mérito individual aparece como un elemento explicativo de las trayectorias tanto de managers de empresas como de familias tradicionales. Al difundir en la forma de productos de cultura masiva las consignas del horizonte normativo que justifica el presente, la autoayuda proporciona a sus lectores/as narrativas con las cuales legitimar su acción en el mundo, así como la de los demás, como justa, incluso en espacios que sabemos signados por lógicas que perpetúan la desigualdad.

Conclusiones

6.1. Nuestro recorrido

La popularidad alcanzada por la literatura de autoayuda y la diversidad de formatos en los que se ve plasmado su discurso hacen de nuestro objeto un fenómeno inabarcable. Podría haber optado por observar las capas genealógicas de sentido que se combinan en cada texto, por construir mejores estadísticas sobre sus lectores/as, por realizar un mapa de las temáticas que aborda, por mostrar la multiplicidad de formatos editoriales que adquiere, por revisar las clasificaciones nativas que trazan las fronteras del género, por indagar sobre las estrategias mercadotécnicas desplegadas para la construcción de un *bestseller*, por reconstruir las biografías de sus autores/as, por pensar en el desmembramiento del discurso que producen las redes sociales, entre tantas posibilidades más. Estas opciones permanecerán disponibles para el/la próximo/a curioso/a al que la autoayuda le muestre su potencialidad.

Consciente de la amplitud del fenómeno, en esta tesina opté por combinar un acercamiento discursivo y una mirada sociológica para poder observar en profundidad los sentidos construidos en los libros de autoayuda a la vez que entender su relevancia actual. Para lograrlo, dividí la investigación en etapas que me permitieron avanzar, lentamente pero con seguridad, sobre mi objeto.

Para comenzar fue necesario recuperar aquel espíritu cultivado en los primeros años de la carrera que imponía la necesidad de fundamentar el por qué de cada “hecho social”. Por eso, en el primer capítulo realicé un esfuerzo por mostrar la relevancia de la literatura de autoayuda y trazar sus fronteras respecto de otros fenómenos cercanos que no

fueron tratados aquí. En palabras simples, construí mi objeto de estudio. Para ello, realicé una doble delimitación: como fenómeno editorial y como fenómeno discursivo. En la primera parte exploré la autoayuda en tanto *fenómeno editorial* manifestado en libros que son agrupados en estanterías mediante una dudosa clasificación. Recopilé la escueta información producida en Argentina a través de la cual fue posible medir cuantitativamente la autoayuda, mostré la importancia que ha ganado a través del tiempo manifestada en el lugar que disputa con otras clasificaciones e identifiqué a las mujeres adultas como las principales consumidoras de este producto cultural. En la segunda parte realicé un esfuerzo especial por delimitar la autoayuda en tanto *fenómeno discursivo*. Comencé por ofrecer una breve historia del género que nos permitiera identificar sus orígenes, sus fuentes de inspiración y la aleación de cosmovisiones que es hoy en día. A sabiendas de que la clasificación espontánea realizada por los actores es insuficiente, recurrí a los trabajos de Vanina Papalini para definir las características discursivas de la autoayuda y distinguirla de otros géneros. Complementé esta definición con otras construidas desde una perspectiva filosófica y elisiana (Souroujón, 2009; Ampudia de Haro, 2004, 2006) y aporté mi propia mirada. Antes que delimitar estrictamente las fronteras de la autoayuda para discutir qué libro sí entra en la ficción teórica construida para este trabajo y qué libro no, preferí destacar la heterogeneidad como una característica intrínseca del género y atender a la clasificación conflictiva realizada en las librerías como una prueba en contra de las restricciones autoimpuestas por quienes investigamos.

En el segundo capítulo, fundamenté mi elección del análisis discursivo como puerta de entrada al fenómeno más amplio que es la autoayuda y presenté cada uno de los diez libros que integraron el *corpus* según la temática que aborda, la trayectoria de su autor/a y el aporte que realizaron a este trabajo. Aunque estos libros no pueden informarnos sobre la manera en que sus consignas se traducen a prácticas reales, sí nos ofrecen un vistazo de una retórica públicamente disponible que conforma las autocomprensiones de los actores y les ayuda a interpretar su experiencia cotidiana (Illouz, 2010). En este sentido, las representaciones del éxito y el fracaso fueron pensadas como objetos fabricados en el discurso que tienen, luego, la potencialidad de guiar a sus lectores/as en sus vidas diarias. Los libros no fueron abordados en este trabajo como meros contenedores de ideas sino como dispositivos que construyen ideas y que, además, institucionalizan una manera particular de elaborarlas.

En el tercer capítulo, me enfoqué en pensar a la autoayuda *como un texto*, esto es, como un conjunto de palabras, oraciones y párrafos y por *describir* de qué manera especial se entrelazan para conseguir un efecto persuasivo. Partiendo de las bases de la Teoría de la Enunciación, ahondé sobre la distinción entre lo “enunciado” y la

“enunciación” para desarticular las operaciones lógico-discursivas desplegadas en los textos. Antes de abordar los sentidos dados a nuestros objetos discursivos, insistí sobre la particular manera de enunciarlos que caracteriza a la autoayuda como discurso.

En un segundo momento, me sumergí en el *corpus* pensando en el discurso en tanto miembro de un *género* y, así, *interpreté* la variedad de modalidades de enunciación en virtud de la construcción de un repertorio de “contratos de lectura” (Verón, 1985) susceptible de ser adoptado por la autoayuda como género literario. En la muestra reconocí al menos tres contratos que aluden a tres vínculos distintos entre enunciador y enunciatario: el contrato de complementariedad bajo un enunciador pedagógico, el contrato de complementariedad bajo un enunciador impersonal y el contrato de simetría. A su vez, identifiqué algunos ejemplares que adoptan estrategias divergentes y, traspasando las fronteras teóricas, construyen contratos híbridos. De esta manera, dispuse la heterogeneidad como una característica ineludible de la literatura de autoayuda que se expresa no sólo en las temáticas abordadas ni en el formato literario adoptado, sino también en las estrategias enunciativas desplegadas. Asimismo, la divergencia entre modalidades del discurso me permitió ver de qué manera la autoayuda logra convencer a sus lectores/as de sus ideas e influir sobre ellos apelando a una transformación subjetiva.

Por último, en los capítulos cuatro y cinco me propuse pensar el discurso de la autoayuda como una *práctica social* para reflexionar la manera en que su retórica participa de nuestras instituciones, modela nuestras relaciones sociales y compite con otras lógicas en la autocomprensión de las experiencias atravesadas por los actores. Partiendo del análisis de 795 citas correspondientes al código “éxito” y 933 que responden al código “fracaso” sistematizadas y extraídas mediante Atlas.ti, intenté desenredar los núcleos de sentido que conformaban los objetos discursivos. Me enfoqué antes en dar cuenta de las coincidencias de sentido dentro del *corpus* que en señalar sus diferencias, en tanto mi objetivo era poder recoger las representaciones compartidas por todo libro de autoayuda independientemente de su temática. En el capítulo cuatro recogí seis elementos que se concatenan para construir una representación del éxito: la autenticidad, una concepción del otro, la educación, la acción, el aprendizaje y el cambio. Asimismo, destacué que el fracaso no es construido desde un sentido antagónico, sino que es resignificado positivamente como un elemento más en el camino hacia el éxito.

En el capítulo cinco, por su parte, exhibí la idea central que se encuentra latente bajo los seis elementos tratados en el capítulo anterior. A lo largo de mi análisis me encontré con múltiples definiciones posibles del éxito y el fracaso y con una amplia cantidad de elementos que intervienen sobre la construcción de ambas. Sin embargo, detrás de

todas esas definiciones y esos componentes, identifiqué una idea central sobre la que la autoayuda abona desde el principio hasta el final de los libros y sin importar su temática: el éxito y el fracaso son entendidos como construcciones subjetivas y su realización depende de la perspectiva del mundo “elegida” por sus lectores/as. La tematización subjetiva que realizan los textos sobre nuestros objetos tiene como finalidad apuntalar una transformación radical de la subjetividad de las personas. El imperativo de la autoayuda es transformar la manera en la que reaccionamos a los acontecimientos que nos suceden, transformar nuestras miradas sobre los otros, transformar nuestras percepciones de nosotros mismos, transformar nuestras expectativas, nuestros juicios y nuestros esquemas de pensamiento. Esta metamorfosis es postulada en los libros como un cambio interior y la consecuencia de la simple “elección” de cambiar. Al proponer una idea de éxito autodefinido y basado en el trabajo sobre uno mismo, la autoayuda lo presenta como el fruto del autoconvencimiento y un resultado independiente de cualquier otro evento que pueda venir desde el exterior del sujeto.

La transformación subjetiva alentada por la autoayuda tiene, sin embargo, un sentido preciso. Mientras los textos se resisten a cerrar el significado otorgado al éxito e insisten sobre la resignificación del fracaso, sí prescriben un horizonte hacia el cual debe realizarse la conversión subjetiva. Siguiendo el modelo tripartito del Análisis Crítico del Discurso, desdoblé el objetivo general de la investigación en tres objetivos específicos que me permitieron partir de un análisis discursivo -como el desplegado en los capítulos tres y cuatro- para llegar luego a una interpretación sociológica de la autoayuda. Así realicé un recorrido que comenzó por una *descripción* de la autoayuda *como texto*, luego logró una *interpretación como práctica discursiva* y, finalmente buscó dar *explicarla como práctica social*. El análisis desplegado a lo largo de toda esta tesina me llevó a pensar el discurso de autoayuda como un dispositivo alineado con un sistema cultural novedoso que ha sido descrito como un “nuevo espíritu del capitalismo” (Boltanski y Chiapello, 2002) o una “cultura terapéutica” (Illouz, 2010).

La correspondencia entre los consejos de la autoayuda y las transformaciones acontecidas en el seno del capitalismo no buscan señalar a nuestro objeto como un instrumento de disciplinamiento subjetivo en el sentido foucaultiano que rechacé al comienzo del trabajo. Por el contrario, tiene como objetivo mostrar que, lejos de ser un discurso aislado en las páginas de los libros, este expresa un cambio de época y es precisamente por esto que podemos identificar su retórica en *talk-shows*, terapias alternativas, cursos de *coaching*, clases de meditación, talleres espirituales y en tantos otros formatos. Desde esta perspectiva sociológica, la autoayuda es pensada como parte de un sistema cultural contemporáneo que comparte un “estilo emocional”, es

decir, un conjunto heterogéneo de técnicas por medio de las cuales se busca aprehender la dimensión emocional. Armada con técnicas de gestión emocional y consejos para una vida “exitosa”, la autoayuda ofrece a sus lectores/as un nuevo horizonte moral sobre el cual presentar sus prácticas cotidianas como “justas”. Antes que impugnar esta literatura, este trabajo le reconoce una función social: la de ofrecer un repertorio de justificaciones disponibles públicamente sobre las cuales las personas pueden interpretar su vida social -atravesada por las transformaciones del siglo XXI- en línea con una nueva forma de justicia.

6.2. El desborde de la autoayuda

Desde el Análisis Crítico del Discurso, es posible reconocer que el discurso de autoayuda posee una relación dialéctica con las estructuras sociales. El discurso expresa las transformaciones producidas a nivel estructural (como las revoluciones tecnológicas, los cambios en el modo de acumulación, o la emergencia de nuevas formas de estratificación) pero también moldea las bases de nuestro vivir, construyendo nuestras relaciones diarias y ofreciendo una retórica sobre la cual interpretar nuestra experiencia social como legítima. De hecho, existen investigaciones de la escena local que señalan la inoculación de la “cultura terapéutica” que intentamos aprehender en esta tesina a espacios cada vez más inesperados de nuestra sociedad.

Así como Boltanski y Chiapello o Illouz observaron la construcción de una nueva cultura en manuales de gestión empresarial, Luci (2016) estudió la “industria del *management*” que participa de la producción de dirigentes de grandes empresas locales, a la vez que conforma un mercado de compraventa de productos de liderazgo, ampliamente consumido por quienes aspiran llegar a la cúspide organizacional. El interés por lo terapéutico ha alcanzado también las discusiones generadas al interior de los campos de la salud y la educación frente a la interpelación del discurso *New Age* y ante la popularización del *mindfulness* en las escuelas nacionales (Papalini, 2017; Da Silva, 2021). Asimismo, el crecimiento de la autoayuda convocó la atención respecto a su impacto sobre las prácticas religiosas. Frigerio (2016) reflexionó sobre la posibilidad de pensar lo terapéutico como una “religión post-cristiana”. Aportando sobre esta teoría, Semán y Viotti (2015) reconstruyeron el proceso histórico que ha llevado a la espiritualidad *New Age* desde los límites hacia el centro del campo religioso a medida que sus principios fueron apropiados y recreados por parte de ciertas instituciones religiosas. Un caso de esto es la difusión alcanzada por la Teología de la Prosperidad al interior de los circuitos pentecostales que provoca que un fiel del Gran Buenos Aires

manifieste la misma “conciencia cosmológica” que un lector de Paulo Coelho de una favela de Río de Janeiro (Semán, 2005). Por último, también existen algunos trabajos que han pensado en el discurso de autoayuda vinculado a la escena política argentina. Entre los primeros antecedentes que podemos mencionar está el trabajo de Gastón Souroujón (2012) quien analizó la afinidad entre la ética de la autoayuda y las políticas de corte neoliberal llevadas a cabo durante la década del ‘90 en nuestro país. Por su parte, Vommaro (2016) advirtió un vínculo entre el programa del PRO y el discurso de la autoayuda, especialmente en su enfatización del éxito individual y en la activación del imaginario emprendedor.

Recientemente, los análisis de Semán sobre espiritualidad, lectores de Coelho y clases populares lo han llevado a advertir la emergencia de una moralidad que atraviesa transversalmente a la sociedad argentina, a la que denomina “mejorismo” (Semán, 2023). Según el autor, los “mejoristas” creen que el progreso personal puede y debe ser alcanzado como fruto del esfuerzo individual. En la autoayuda, el mejorismo se ve plasmado en la construcción del éxito como un estado alcanzado dentro de uno mismo y que aparece como consecuencia de un trabajo arduo realizado sobre uno mismo. En el fondo de esta creencia reside una determinada concepción de la política y del Estado que constituye el telón de fondo sobre el que puede explicarse el ascenso de figuras políticas como Javier Milei. A lo que aspira el análisis de Semán es a demostrar que esta moralidad, lejos de ser un elemento coyuntural propio del macrismo o del mileismo, forma parte del imaginario de los argentinos hace tiempo y que es por ello que tiene la potencialidad de impactar sobre el campo político (Canelo, 2019).

6.3. Sociología de lo que es

Con estas referencias no busco realizar un relevamiento bibliográfico profundo ni construir más inferencias que aquellas a las que arriba el análisis desplegado a lo largo de este trabajo. Pero sí me interesa señalar cómo la autoayuda, pensada en esta tesina como un discurso antes que sólo como un fenómeno editorial o un simple género literario, desborda los formatos que fuimos capaces de observar en estas páginas. Si la autoayuda se ha convertido en un género tan popular, si logra atravesar fronteras incluso cuando se trata de consejos de finanzas difícilmente homologables entre contextos nacionales, si ha comenzado a reformular las prácticas empresariales, escolares, sanitarias, espirituales y políticas en nuestro país, esto se debe a que, contra todo pronóstico proveniente de una sociología escéptica, esta “consigue cosas para la gente” (Illouz, 2010). Las representaciones del éxito y el fracaso desarmadas en este

trabajo contribuyen a la construcción de una forma de justicia donde la flexibilidad, la autonomía, la libertad individual, la innovación, el riesgo y, fundamentalmente, la gestión emocional orientada a forjar relaciones con otros, aparecen como elementos necesarios para un “bien común”, anclado en una sociedad distinta a las anteriores que se piensa, desde la década del ‘90, estructurada en el paradigma de la “red”. Si nos desprendemos de nuestras propias valoraciones y nos enfocamos propiamente en hacer sociología - esto es, en explicar cómo funcionan las cosas y no en cómo deberían ser- el discurso de la autoayuda aparece como una retórica legítima para explicar nuestras biografías de acuerdo con los paradigmas de la modernidad reflexiva (Giddens, 1994) en la que habitamos. Y de esta manera, se hace comprensible su elección por parte de grupos sociales numerosos y profundamente diversos.

Anexo

Títulos leídos en el último año (2006)

Figura 1

LA BIBLIA	5.6%	LA ODISEA	0.7%
EL CÓDIGO DA VINCI	3.3%	EL CAMINO DE LAS LÁGRIMAS	0.6%
EL ALQUIMISTA	2.3%	ARGENTINOS	0.6%
HARRY POTTER	2.1%	EL CABALLERO DE LA ARMADURA OXIDADA	0.6%
MARTÍN FIERRO	1.7%	ÁNGELES Y DEMONIOS	0.5%
EL PRÍNCIPE	1.6%	LAS VENAS ABIERTAS DE AMÉRICA LATINA	0.5%
CRÓNICA DE UNA MUERTE ANUNCIADA	1.6%	EL INGENUO HIDALGO DON QUIJOTE DE LA MANCHA	0.5%
RELATO DE UN NÁUFRAGO	1.3%	DE AMOR Y DE SOMBRA	0.4%
EL TÚNEL	1.2%	ROMEO Y JULIETA	0.4%
EL SEÑOR DE LOS ANILLOS	1.1%	EL EXTRAÑO CASO DEL DR. JEKYLL Y MR. HYDE	0.4%
EL FANTASMA DE CANTERVILLE	0.9%	LA HIJA DE LA FORTUNA	0.4%
MI PLANTA DE NARANJA LIMA	0.9%	LA NONA	0.3%
MITOS DE LA HISTORIA ARGENTINA	0.8%	LA VIDA ES SUEÑO	0.3%
LAS CRÓNICAS DE NARNIA	0.8%	NS/NC	10.1%

Fuente: Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación. (2006). Sistema Nacional de Consumos Culturales: Principales resultados (4ª ed.). Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

Títulos leídos en el último año (2004)

Figura 2

LA BIBLIA	5.6%	LA ODISEA	0.7%
EL CÓDIGO DA VINCI	3.3%	EL CAMINO DE LAS LÁGRIMAS	0.6%
EL ALQUIMISTA	2.3%	ARGENTINOS	0.6%
HARRY POTTER	2.1%	EL CABALLERO DE LA ARMADURA OXIDADA	0.6%
MARTÍN FIERRO	1.7%	ÁNGELES Y DEMONIOS	0.5%
EL PRÍNCIPE	1.6%	LAS VENAS ABIERTAS DE AMÉRICA LATINA	0.5%
CRÓNICA DE UNA MUERTE ANUNCIADA	1.6%	EL INGENUO HIDALGO DON QUIJOTE DE LA MANCHA	0.5%
RELATO DE UN NÁUFRAGO	1.3%	DE AMOR Y DE SOMBRA	0.4%
EL TÚNEL	1.2%	ROMEO Y JULIETA	0.4%
EL SEÑOR DE LOS ANILLOS	1.1%	EL EXTRAÑO CASO DEL DR. JEKYLL Y MR. HYDE	0.4%
EL FANTASMA DE CANTERVILLE	0.9%	LA HIJA DE LA FORTUNA	0.4%
MI PLANTA DE NARANJA LIMA	0.9%	LA NONA	0.3%
MITOS DE LA HISTORIA ARGENTINA	0.8%	LA VIDA ES SUEÑO	0.3%
LAS CRÓNICAS DE NARNIA	0.8%	NS/NC	10.1%

Fuente: Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación. (2006). Sistema Nacional de Consumos Culturales: Principales resultados (4ª ed.). Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

Temáticas literarias más leídas (2011)

En los últimos dos años por los lectores actuales de libros (+12 años)

Figura 3

	SEXO	
	Mujer	Víron
Historia	45	57
Literatura	50	47
Ciencias Sociales	35	38
Religión	38	28
Ciencias Naturales	27	31
Política	23	35
Psicología	24	19
Deportes	13	32
Ciencia Ficción	20	21
Policía	19	22
Informática	17	24
Misterio, terror	17	19
Autoayuda	22	13
Arte	22	16
Hobbies	14	16
Decoración	19	6
Economía	10	13
Marketing	6	8
Sexualidad	5	5
Ocultismo	4	3

Fuente: Moreno, H., García, S., & Sardi, V. (2014). Lectores, libros, lecturas: Cambios en las prácticas y hábitos de lectura: Incluye los resultados de la Encuesta Nacional de Hábitos y Prácticas de Lectura 2011. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.

Temáticas literarias más leídas (2011)

En los últimos dos años por los lectores actuales de libros (+12 años)

Figura 4

	EDAD				
	12-17	18-25	26-40	41-60	61 y +
Historia	92	91	89	85	84
Literatura	82	82	79	78	72
Cs. Sociales	78	77	75	67	61
Religión	49	48	53	68	62
Cs. Naturales	83	70	63	60	46
Política	41	50	56	61	51
Psicología	29	51	52	49	36
Deportes	50	44	40	37	32
Ciencia Ficción	48	50	45	42	27
Policía	36	37	47	46	32
Informática	49	49	44	30	18
Misterio, terror	50	47	37	30	28
Autoayuda	14	31	35	42	41
Arte	31	32	35	34	33
Hobbies	28	34	29	29	25
Decoración	17	25	30	16	34
Economía	19	37	32	31	25
Marketing	10	23	23	18	12
Sexualidad	9	26	19	15	9
Ocultismo	6	17	12	8	8

Fuente: Moreno, H., García, S., & Sardi, V. (2014). Lectores, libros, lecturas: Cambios en las prácticas y hábitos de lectura: Incluye los resultados de la Encuesta Nacional de Hábitos y Prácticas de Lectura 2011. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.

Temáticas literarias más leídas (2011)

En los últimos dos años por los lectores actuales de libros (+12 años)

Figura 5

	NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	Alto	Medio	Bajo
Historia	56	58	40
Ciencias Sociales	42	40	29
Política	34	32	21
Religión	29	30	38
Literatura	55	51	42
Psicología	30	26	14
Ciencias Naturales	28	32	27
Deportes	24	22	21
Policía	21	20	20
Ciencia Ficción	29	22	16
Informática	23	23	15
Misterio, terror	21	21	15
Autoayuda	24	18	15
Hobbies	23	14	12
Economía	18	14	6
Arte	22	16	10
Decoración	18	13	11
Marketing	14	7	3
Sexualidad	8	7	2
Ocultismo	3	5	3

Fuente: Moreno, H., García, S., & Sardi, V. (2014). Lectores, libros, lecturas: Cambios en las prácticas y hábitos de lectura: Incluye los resultados de la Encuesta Nacional de Hábitos y Prácticas de Lectura 2011. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.

Temáticas literarias más leídas (2011)

En los últimos dos años por los lectores actuales de libros (+12 años)

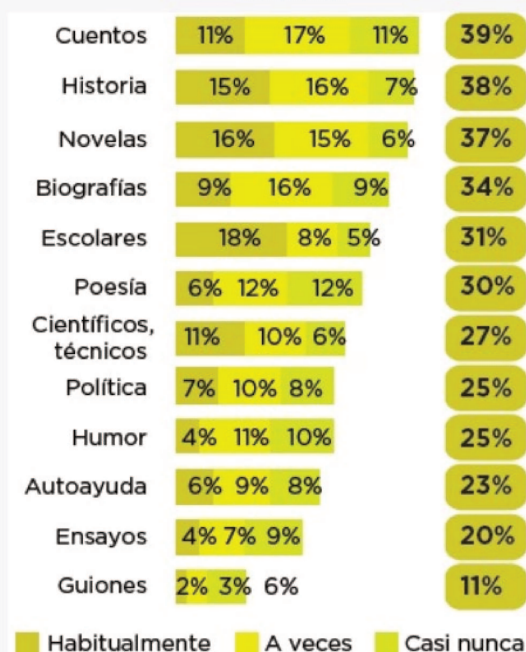
Figura 6

	REGIONES					
	Centro	Cuyo	GRA	NEA	NOA	Patagonia
Historia	51	46	50	53	54	49
Ciencias Sociales	37	36	37	36	38	31
Política	31	19	30	31	17	24
Religión	33	37	31	45	40	29
Literatura	48	42	52	45	40	39
Psicología	23	23	21	23	22	25
Ciencias Naturales	29	27	28	33	34	19
Deportes	27	22	19	26	16	14
Policía	22	16	20	22	14	25
Ciencia Ficción	22	17	21	20	17	18
Informática	21	16	20	26	18	15
Misterio, terror	20	10	18	18	16	17
Autoayuda	18	19	18	17	15	20
Hobbies	19	12	13	13	9	14
Economía	15	11	9	17	10	10
Arte	20	13	14	13	12	11
Decoración	17	15	11	15	10	13
Marketing	9	7	6	11	6	6
Sexualidad	3	5	7	8	4	8
Ocultismo	3	4	4	4	3	4

Fuente: Moreno, H., García, S., & Sardi, V. (2014). Lectores, libros, lecturas: Cambios en las prácticas y hábitos de lectura: Incluye los resultados de la Encuesta Nacional de Hábitos y Prácticas de Lectura 2011. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.

Temáticas literarias más leídas (2013)

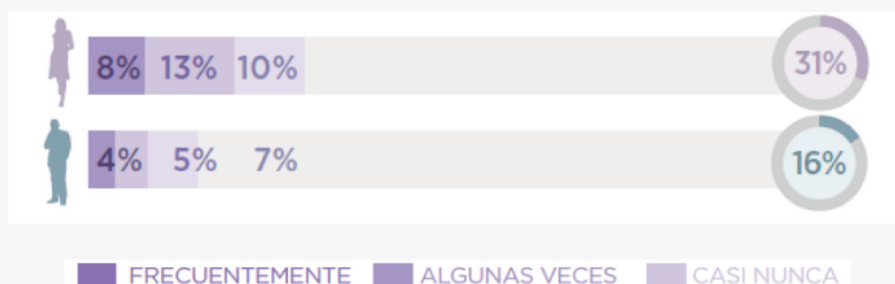
Figura 7



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SiInCA).

Lectura de libros de autoayuda según sexo (2013)

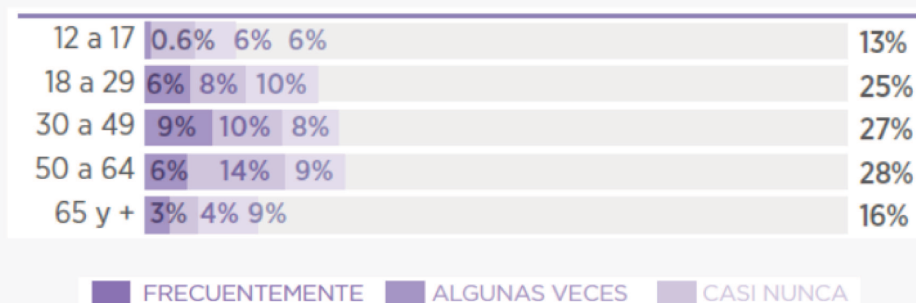
Figura 8



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Editorial. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

Lectura de libros de autoayuda según edad (2013)

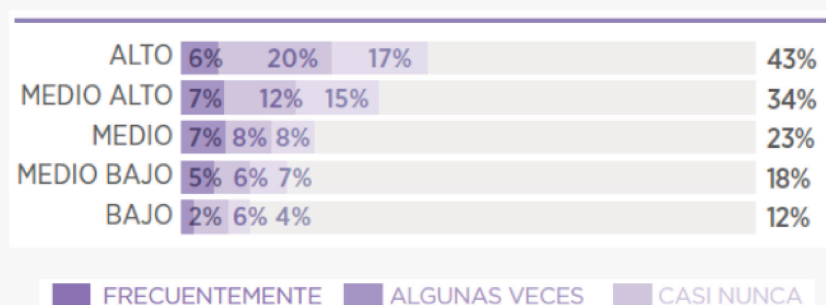
Figura 9



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Editorial. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

Lectura de libros de autoayuda según nivel socioeconómico (NSE) (2013)

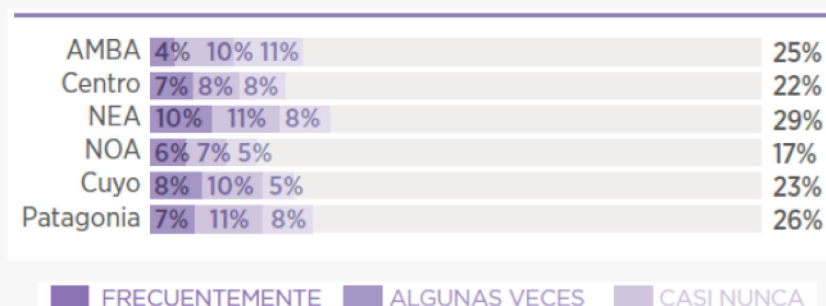
Figura 10



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Editorial. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

Lectura de libros de autoayuda según región (2013)

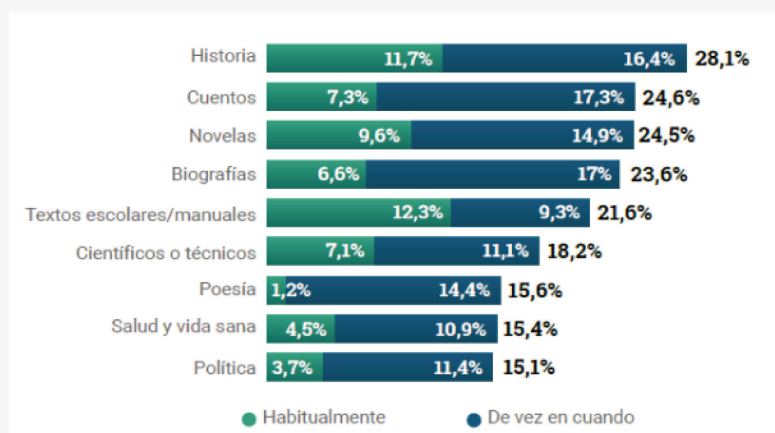
Figura 11



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Editorial. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

Temáticas literarias más leídas (2017)

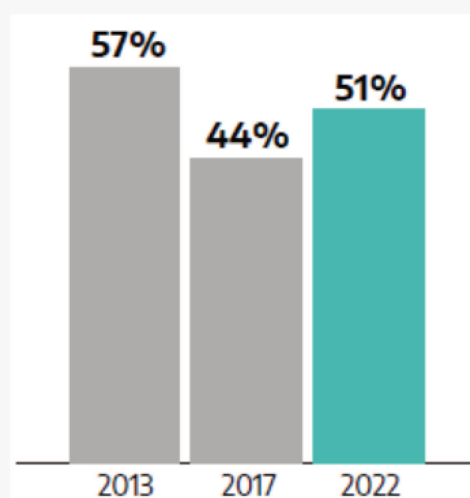
Figura 12



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2017). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA).

Lectura de al menos un libro en el último año (2013, 2017, 2022)

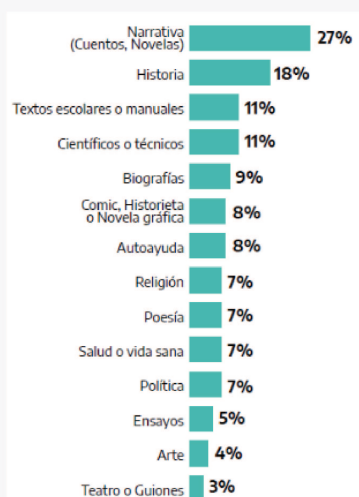
Figura 13



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2023: Resultados provisorios. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA).

Temáticas literarias más leídas (2022)

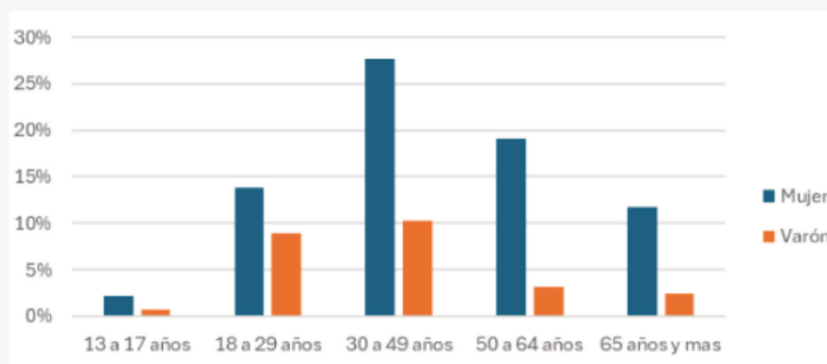
Figura 14



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación. (2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2023: Resultados provisionales. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).

Lectores/as de autoayuda según grupo etario y sexo (2022/23)

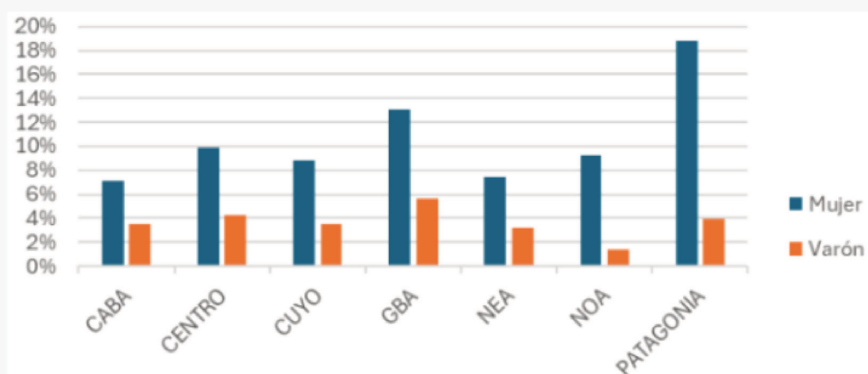
Figura 15



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la ENCC 2022/23. <https://datos.gob.ar/dataset/cultura-encuesta-nacional-consumos-culturales>

Lectores/as de autoayuda según región y sexo (2022/23)

Figura 16



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la ENCC 2022/23. <https://datos.gob.ar/dataset/cultura-encuesta-nacional-consumos-culturales>

Bibliografía

Ampudia de Haro, F. (2006). Administrar el yo: literatura de autoayuda y gestión del comportamiento y los afectos. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas* [en línea] (113), 49-75. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99715230002>

Ampudia de Haro, F. (2004). *La civilización del comportamiento: urbanidad y buenas maneras en España desde la baja edad hasta nuestros días* [tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid].

Aranha M. B. R. y Carvalho C. C. (2015). Pronta para brilhar muito, aquaariana?; o *ethos* do discurso de autoajuda para adolescentes. *Fórum Linguístico*, 12(4), 915-929. <https://doi.org/10.5007/1984-8412.2015v12n4p915>

Aristóteles (2005). *El arte de la retórica*. Eudeba.

Austin, J. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras*. Ediciones varias.

Bajtín, M. (1979). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI.

Bejar, H (2011). Cultura psicoterapéutica y autoayuda. El código psicológico positivo. *Papers del CEIC*, 92(2), 341-360. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v96n2.63>

Bejar, H. (2015). La identidad ensamblada: la ordenación de la felicidad. *Papeles del CEIC*, 2(133). <http://dx.doi.org/10.1387/pceic.13234>

Binkley, S. (2011). Happiness, positive psychology and the program of neoliberal governmentality. *Subjectivity*, 4, 371-394. <https://doi.org/10.1057/sub.2011.16>.

Bitonte, M. E. y Demirdjian, L. A. (2001). ¿Promesa o Contrato de Lectura? Dos modelos para el análisis de los medios. *Comunicación y Sociedad N° 40*, 105-132.

Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Ediciones Akal.

- Cámara Argentina del Libro (CAL). (2008). *Informe de Producción del Libro Argentino*. Agencia Argentina de ISBN. https://issuu.com/camaradellibro/docs/estadisticas_2008_a9ebdae46b3d6d
- Cámara Argentina del Libro (CAL). (2009). *Informe de Producción del Libro Argentino*. Agencia Argentina de ISBN. https://issuu.com/camaradellibro/docs/estadisticas_2009_56e2a9d7d8bf98
- Cámara Argentina del Libro (CAL). (2013). *Informe de Producción del Libro Argentino*. Agencia Argentina de ISBN. https://issuu.com/camaradellibro/docs/estadisticas_2013_43b15ac3bff54e
- Cámara Argentina del Libro (CAL). (2014). *Informe de Producción del Libro Argentino*. Agencia Argentina de ISBN. https://issuu.com/camaradellibro/docs/informe_de_produccion_del_libro_ar
- Cámara Argentina del Libro (CAL). (2023). *Informe de Producción del Libro Argentino*. Agencia Argentina de ISBN. https://issuu.com/camaradellibro/docs/informe_de_produccion_anual_libro_2023
- Canavire, V. B. (2013). Escenas de lectura e industria cultural: el caso de los libros de autoayuda. *Comunicación y Sociedad*, núm. 19, enero-junio, 41-60. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34625579003>.
- Canavire, V. B. (2013/2014). Del Diván Y La Lectura: A Propósito De Los Libros De Autoayuda Como Soportes Terapéuticos. *Razón y palabra*, (85), 335-352. <http://www.revistarazonypalabra.org/>
- Canelo, P. (2019). *¿Cambiamos? La batalla cultural por el sentido común de los argentinos*. Siglo XXI Editores.
- Cassin, B. (2022). *Cómo hacer de verdad cosas con palabras. Homero. Gorgias y el Pueblo Arco Iris*. El cuenco de plata.
- Da Silva, L. (2023). 'Meditación', 'emociones' y modos de subjetivación neoliberal en las escuelas argentinas. Un análisis en relación con los discursos acerca de la salud y la enfermedad. *Educación, Lenguaje y Sociedad*, 22(22), 1-26. <http://dx.doi.org/10.19137/els-2023-222211>.
- De La Fabian Albagli, R. y Sepúlveda Galeas, M. (2018). Gubernamentalidad neoliberal postsecuritaria y resiliencia: una nueva metafísica de la identidad. *Athenea Digital*, 18(3).
- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho*. Hachette.
- Elías, N. (1982). *La sociedad cortesana*. Fondo de Cultura Económica.
- Elías, N. (1987). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas o psicogenéticas*. Fondo de Cultura Económica.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman.

Fairclough, N. (2001). El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. R. Wodak & M. Meyer (Eds.) *Métodos de análisis crítico del discurso*, 179-203. Gedisa.

Filinich, M. I. (1998). *Enunciación*. Eudeba.

Fridman, D. (2019). *El sueño de vivir sin trabajar. Una sociología del emprendedorismo, la autoayuda financiera y el nuevo individuo del siglo XXI*. Siglo Veintiuno Editores.

Frigerio, A. (2016). La ¿'nueva'? espiritualidad: ontología, epistemología y sociología de un concepto controvertido. *Ciencias Sociales y Religión*, N° 24, 209-231.

Foucault, M. (2008). *Tecnologías del yo*. Paidós.

García Canclini, N. (1979). *La producción simbólica: Teoría y método en sociología del arte*. Siglo XXI Editores.

García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen.

Negroni, M. M. (1998). La negación metalingüística, argumentación y escalaridad. *Signo Y seña*, (9), 227-252. <https://doi.org/10.34096/sys.n9.5660>.

García Negroni, M. M. y Tordesillas Colado, M. (2001). *La enunciación en la lengua. De la deixis a la polifonía*. Gredos.

Gessaghi, V. y Luci, F. (2016). Familias tradicionales y élites empresarias en Argentina: individuación y solidaridad en la construcción y sostén de las posiciones de privilegio. *Revista de Ciencia Política* 54(1), 53-84.

Giddens, A. (1994). *Consecuencias de la modernidad*. Alianza Editorial S.A.

Giddens, A. (1997). *Modernidad e identidad del yo*. Península.

Grinberg, S. (2007). Gubernamentalidad, estudios y perspectivas. *Revista Argentina de Sociología*, Año 5(8), 95-110.

Gutiérrez Giraldo, I. C. (2016). Construcción discursiva del éxito y el fracaso en textos de superación y autoayuda utilizados en el aula universitaria. *Nexus*, (20), 146–169 <https://doi.org/10.25100/nc.v0i20.1839>

Haidar, V. (2009). Reseña crítica (Varias Obras): Biopolíticas post-foucaultianas. Pensar el gobierno de la vida entre la filosofía política, la sociología y la cartografía del presente. *Papeles del CEIC (Revisión Crítica)*, vol. 2009/2, nº 7, 13-29.

Illouz, E. (2010). *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*. Katz Editores.

Landi, O., Quevedo, L. A., y Vacchieri, A. (1989). *Públicos y consumos culturales en Buenos Aires*. Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). (Documentos CEDES).

Luci, F. (2016). *La era de los managers*. Paidós.

- Maingueneau, D (2002). Problèmes d'ethos. *Pratiques* N °113/114, junio, (55-67).
- Maingueneau, D. (1980). *Introducción a los métodos de análisis del discurso: problemas y perspectivas*. Hachette.
- Martínez Guzmán, A. y Medina Cárdenas, O. (2021). Resiliencia y cultura terapéutica en tiempos neoliberales: una exploración de discursos de autoayuda. *Quaderns de Psicologia*, 23(1), e1808. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1808>
- Mendes, M. G., y de Oliveira, G. F. (2014). Treine suas emoções, supere-se, seja feliz! Uma análise discursiva do imperativo da superação e da felicidade na literatura de autoajuda. *Comunicação Mídia E Consumo*, 10(29), 161–182. <https://doi.org/10.18568/cmc.v10i29.601>
- Medina Cárdenas, O. (2019). El gobierno de la felicidad. Análisis de los discursos de la autoayuda de la Psicología Positiva. *Quaderns de Psicologia* 21(1), e1481. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1481>
- Medina-Vincent, M. (2020). La difusión del lenguaje terapéutico a través de la literatura gerencial y de autoayuda. *Ágora*, 39(2), 33-58. <https://doi.org/10.15304/ag.39.2.5910>
- Ministerio de Cultura de la Nación. (2013). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013*. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).
- Ministerio de Cultura de la Nación. (2013). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Editorial*. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).
- Ministerio de Cultura de la Nación. (2017). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017*. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).
- Ministerio de Cultura de la Nación. (2023). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2023: Resultados provisionarios*. Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión, Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA).
- Ministerio de Educación de la Nación. (2001). *Encuesta nacional de lectura y uso del libro: Principales resultados (Documento preliminar)*. Catterberg y Asociados. Recuperado de [<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74728323003>]
- Ministerio de Hacienda de la Ciudad de Buenos Aires. (2016). *Resultados de la Encuesta a Librerías de la Ciudad de Buenos Aires (ENLI). 1er. trimestre de 2015*, Dirección General de Estadísticas y Censos (CEDEM).
- Moreno, H., García, S., & Sardi, V. (2014). *Lectores, libros, lecturas: Cambios en las prácticas y hábitos de lectura: Incluye los resultados de la Encuesta Nacional de Hábitos y Prácticas de Lectura 2011*. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.
- Moreno Mosquera, E. (2016). El análisis crítico del discurso en el escenario educativo. *Zona Próxima*, núm. 25, 129-146. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85350504010>

Narvaja de Arnoux, E. (2009). La construcción del objeto discursivo 'El pueblo de la plaza pública' en La historia de Belgrano y de la independencia argentina de Bartolomé Mitre. *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*, 2da edición, Santiago Arcos editor.

Nepomiachi, E. (2014). Foucault y las Tecnologías del yo. Notas para una ontología del presente. *Question/Cuestión*, 1(44), 139–144.

Nicoli, Massimiliano y Paltrinieri, Luca. «It's still day one». El tránsito del empresario de sí mismo a la start-up existencial en el marco de las transformaciones de la racionalidad neoliberal. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, número, 37-60.

Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires. (2004). *Anuario de Industrias Culturales 2004*. Secretaría de Cultura, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Papalini, V. (2006). Literatura de autoayuda: una subjetividad del sí-mismo enajenado. *La Trama de la Comunicación*, Vol. 11, 331-342.

Papalini, V. (2008). Sucedáneos de felicidad. *Minelli María Alejandra (editora), Miradas. Cultura y subjetividad en la Argentina finisecular*, Editorial Alción, 19-40.

Papalini, V. (2010). Libros de autoayuda: Biblioterapia para la felicidad. *Athenea Digital* (19), 147-169.
<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/722>

Papalini, V. (2013). Recetas para sobrevivir a las exigencias del neoliberalismo. (O de como la autoayuda se volvió parte de nuestro sentido común). *Nueva Sociedad* (245), 163-177.

Papalini, V. Córdoba M. y Marengo L. (2012). Estudios de la gubernalidad: la subjetividad como categoría de la política. *Revista Astrolabio*, (8), 190-208.

Papalini, V. (2017), New Age, salud y educación. Confluencia y divergencia de posiciones. *Debates do NER*, N° 31, 227-256.

Peredo Merlo, M. A. (2012). En busca de la felicidad. Los libros de autoayuda. *Intersticios Sociales*, (4), 1-31.

Perelman, C. (1997). *El imperio retórico. Retórica y argumentación*. Grupo Editorial Norma.

Pizarro Romero, J. (2016). Todo está en la mente: el caso del discurso y la práctica de la autoayuda en el Perú [Tesis doctoral, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/8103>

Raiter, A. (1999). *Linguística y política*. Biblos.

Rose, N. (1989). *Governing the Soul*. Free Association Books.

Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación. (2006). *Sistema Nacional de Consumos Culturales: Principales resultados (4ª ed.)*. Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

Semán, P. y Viotti, N. (2015). 'El paraíso está dentro de nosotros'. La espiritualidad de la Nueva Era, ayer y hoy. *Nueva Sociedad*, N° 260, 81-94.

Semán, P. (2005). ¿Por qué no?: el matrimonio entre espiritualidad y confort. Del mundo evangélico a los *bestsellers*. *Desacatos*, núm. 18, mayo-agosto, 71-86.

Semán, P. (coord.) (2023). *Está entre nosotros. De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir*. Siglo XXI editores.

Souroujón, G. (2009). Los libros de autoayuda ¿el último vástago del romanticismo? *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 20(38), mayo, 87-114. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14511603004>.

Souroujón, G. (2012). *Lo político es personal: Un estudio de afinidades electivas entre la ética de autoayuda y la política de la década de los '90*. Editorial Académica Española.

Veron, E. (1985). El análisis del 'Contrato de lectura', un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los medios. *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, IREP.

Verón, E. (1998). *La semiosis social*, Gedisa.

Vommaro, G. (2016). Capítulo 3. Contribución a una sociología política de los partidos. Los mundos sociales de pertenencia y las generaciones políticas de PRO. G. Vommaro y S. Morresi (coord). *Hagamos equipo: PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina*. Ediciones UNGS.

Wortman, A., & Bayardo, R. (2012). Consumos culturales en Argentina. *Alteridades*, 22(44), 11-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74728323003>