

Fenomenologia da literatura de auto-ajuda financeira e subjetividade

Jean Marlos Pinheiro Borba
UERJ-UFMA
profeanmarlos@yahoo.com.br

RESUMO: A pesquisa teve como objetivo compreender as intenções presentes na literatura de auto-ajuda financeira e os argumentos apresentados para promover o consumo de suas idéias e influenciar a subjetividade do leitor. Buscou-se conhecer as pesquisas sobre este tipo literatura, além de estudos sobre individualismo, finanças pessoais e hipermodernidade. A fenomenologia e o método fenomenológico nortearam a pesquisa desde a fase de concepção até à compreensão e a análises dos resultados. Os resultados encontrados permitiram compreender que: a) na hipermodernidade predominam a busca pelo prazer individual, o individualismo hedonista, a valorização do ter como modo de ser, o consumo emocional e a crise do capitalismo que busca, manipular e controlar subjetividades; b) a felicidade, tema de interesse do capital, passou a ser vendida na forma de produtos de consumo variados (livros de auto-ajuda, tratamento estéticos, cuidados com o corpo, imóveis, viagens etc.); c) os livros de auto-ajuda financeira valoriza a riqueza individual, o ter e o individualismo.

PALAVRAS-CHAVE: consumo; literatura de auto-ajuda; fenomenologia; subjetividade

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa teve como objetivos centrais compreender as intenções presentes na literatura de auto-ajuda financeira e os argumentos apresentados por seus autores, para promover o consumo de suas idéias e os discursos que eles utilizam na tentativa de influenciar a subjetividade do leitor. Buscou-se também, conhecer as pesquisas sobre este tipo literatura, além de estudos sobre individualismo, finanças pessoais e hipermodernidade.

Uma questão inicial nos vem à consciência: é possível pensar a questão da subjetividade imbricada à cultura, ao consumo de livros de auto-ajuda? O que a cultura cria numa sociedade hipermoderna?

O fenômeno que nos interessa e que é objeto deste trabalho é o consumo de livros de auto-ajuda financeira. Os livros de auto-ajuda financeira são um fenômeno contemporâneo que pode ser compreendido com o olhar fenomenológico. Neste ponto de vista a realidade onde este fenômeno “aparece”, deve ser percebida, assim como ele se apresenta ratificando assim os fundamentos da Psicologia Fenomenológica de Edmund Husserl. Este trabalho foi pensado e articulado com o apoio das reflexões de autores que discutem o consumo de livros de auto-ajuda e também da fenomenologia de Husserl.

Para compreensão do fenômeno do consumo de auto-ajuda seguiu uma linha de raciocínio que agregou estudos da psicologia à outras áreas do conhecimento. Assim, ao estudar este fenômeno reafirmo um princípio básico dentro da abordagem humanista existencial e da psicologia fenomenológica a “unidade indivisa de consciência-mundo-corpo.” (EWALD, 2005, p. 6)

Há diversos caminhos, todos sabemos, para se compreender o fenômeno humano e, dentre eles, optei pela fenomenologia, enquanto uma filosofia, um método e uma atitude. O enfoque fenomenológico é visto, aqui, como uma alternativa consistente, cujos instrumentos intelectuais permitem compreender a realidade, especificamente as características contemporâneas da realidade e, assim, enquanto uma metodologia e um modo de ver o mundo a fenomenologia tem suas contribuições para se compreender a realidade social.

A fenomenologia, caminho intelectual e metodológico, utilizado para acessar os textos assim como foram apresentados ao leitor, investigando neles mesmos as intencionalidades dos autores e as possíveis relações intersubjetivas indiretas construídas tecnicamente. Procedeu-se à leitura de dez livros de auto-ajuda financeira para: a) acessar o fenômeno de modo a compreender como os autores expressam seus propósitos e promover uma intersubjetividade indireta, influenciando seus leitores com dicas de sucesso financeiro, b) apreender as estruturas invariantes dos livros reveladas nos textos. Na forma de pseudo-manuais esses livros ensinam modos de conduta pessoal, profissional, afetiva, patrimonial e financeira (relacionar-se com o dinheiro). O método fenomenológico permitiu acessar os livros de auto-ajuda financeira, compreender as unidades de significado, e as intencionalidades neles presentes.

2 A FENOMENOLOGIA E O OLHAR SOB O SOCIAL

O enfoque fenomenológico apresenta-se como possibilidade capaz de compreender a realidade (mundo-da-vida) e os modos de ser-no-mundo, preferencialmente considerando as características da sociedade contemporânea atual, que a de ser preferencialmente uma sociedade de hiperconsumidores.

Lytard (1967, p. 89) diz que para o fenomenólogo o social pode ser verificado pelo olhar da fenomenologia e ainda que:

o social não é objeto de nenhuma maneira; êle é tomado como vivência e trata-se aqui, como há pouco em psicologia, de descrever adequadamente essa vivência para reconstituir-lhe o sentido; mas tal descrição por sua vez só pode ser feita com base nos dados sociológicos, resultados igualmente de uma objetivação pré-via social.

É no contato com o outro e com os objetos, no convívio social que o homem experiência seu projeto de ser-no-mundo intencionalmente e caminha lado a lado com o mundo na construção da história. A história é relevante para a compreensão da realidade, o passado, o presente e o futuro são elementos da realidade. O passado não é determinante da existência humana, mas um dos elementos constituintes. E como assinala Ewald (2006, p. 25): “ (...) o passado é fundamental na compreensão do presente que se vive, na tentativa de compreender como chegamos neste presente e como nele, o futuro se desdobra.”

Marton (2004, p. 226) nessa mesma direção ao tratar da questão da temporalidade e da história ratifica:

“A descrição fenomenológica do passado, do presente e do futuro revela que as três dimensões temporais são estruturas secundárias da temporalidade e que esta é a estrutura totalitária que as organiza. Portanto, enquanto modo de ser da temporalidade, a historicidade integra a estrutura da existência humana e, nesse sentido, possibilita a história.”

É na leitura do mundo-do-homem e do homem-no-mundo que a fenomenologia pode compreender as inter-relações que ele mantém e estabelece a cada dia. O homem constrói sua história à medida em que ele se relaciona, sente, e atribui sentido e significado ao seu existir. O homem é um ser cuja existência se realiza no tempo¹ e no espaço. Ele é um ser de possibilidades e constrói a sua própria história através das escolhas que faz, executando seu projeto existencial, de modo a ter a experiência-diária-no-mundo como possibilidade de atualizar-se, considerando que ele é pura indeterminação. Todavia se não assume seu projeto pode adoecer e negar a si mesmo, impedindo sua própria atualização.

A história do homem se constrói a partir dos seus próprios modos de relação. O homem é um ser que experiência a sua existência e vê no futuro uma possibilidade, no presente a realização e no passado uma aprendizagem. (FORGHIERE, 2002)

¹ Segundo Lyotard (1967, p. 99): “O tempo não é uma linha, mas uma rede de intencionalidades.”

Pensando na importância da história de cada ser, Amaral (2003, p. 54) fala sobre a relação entre ele e sua existência, e por fim afirma: “A minha existência é a minha história. Não uma história a ser apenas contada, mas uma história a ser fundamentalmente vivida, posto que está por ser escrita além do já escrito. Minha história é composta pelo meu palmilhar diário na estrada do mundo-vida”

Assim, apoiando-se na perspectiva da psicologia fenomenológica busca-se compreender o homem em todas as suas dimensões, não como um ser fragmentado, como um mosaico, mas, sim, como um ser-no-mundo e um ser-para-o-mundo, integral.

Ter uma atitude fenomenológica frente ao mundo é segundo Husserl (2006, p. 34) considerar que: “o conjunto completo dos objetos da experiência possível e do conhecimento possível da experiência, dos objetos possíveis de serem conhecidos com base em experiências atuais do pensamento teórico correto.”

Em esclarecedora passagem, Perdigão (1995, p. 59) destaca que: “Os fenomenólogos procuram apreender o comportamento tal como ele é, e a experiência humana à medida que ela se desenrola no enredo da vida.”

A fenomenologia é o estudo das essências, e sua pretensão epistemológica está sustentada na descrição das coisas, retornando a essas ‘mesmas coisas’, para poder buscar a compreensão da intencionalidade da consciência (HUSSERL, 1958). A perspectiva por ela desencadeada dá espaço para compreender a consciência e a considera sempre dirigida a um objeto, ou seja, a consciência é sempre consciência de algo. Por estudar o universal, o que é válido para todos os sujeitos, não põe aspectos do desenvolvimento histórico em relevo, nem tampouco nexos de causalidade, mas considera a historicidade que o fenômeno revela em si mesmo pelo sujeito. Nesse sentido, Tomas (2008, p. 1) destaca que: “a fenomenologia analisa a forma como as coisas aparecem. Aliás, ‘aparecer’ vem do grego clássico *‘phrinsthar’*, ou seja a palavra ‘fenômeno’ quer dizer, literalmente, ‘o que aparece’.

A fenomenologia dá ênfase à experiência do sujeito e também à interpretação do mundo que se revela para a consciência. Assim, ressalta-se a idéia de “ser o mundo criado pela consciência” e não o oposto.

Considerando que a fenomenologia tem então o homem como base de sua investigação considerando que não existe dissociação entre ambos homem e mundo. Assim, a o olhar é orientado para o fenômeno, ou seja, na relação sujeito-objeto-mundo² (ser-no-mundo) sendo contrária a dicotomia clássica do binômio sujeito/objeto. No olhar fenomenológico o homem-o-mundo é o centro da investigação e sobre ele que recaem os olhares, a atenção, ou melhor, sobre os fenômenos que ocorrem no seu mundo. Nesse sentido, pode então afirmar que o indivíduo único e singular.

A fenomenologia tem se situado como uma estratégia epistemológica e metodológica, cuja pretensão é superar as dicotomias existentes entre o psicologismo e o sociologismo e, além disso, é um método que pensa “ao mesmo tempo a exterioridade e a interioridade” (MERLEAU-PONTY, 1990, p. 156). É uma luta, segundo Merleau-Ponty, para uma ciência integral, que tivesse na própria experiência do pesquisador as bases para a realização da pesquisa.

Ao tratar da fenomenologia como uma alternativa ao paradigma racional, Cardella (2002, p. 83) assinala que:

A Fenomenologia, (...) representa uma alternativa ao paradigma racional à medida que considera homem e mundo numa constante inter-relação, ou seja, a consciência humana é sempre consciência de algo e o mundo é sempre o mundo para uma consciência; portanto, a Fenomenologia nega tanto a objetividade pura como a subjetividade pura, o que significa que o conhecimento constrói-se na

² O uso do hífen represente que existe ligação permanente e contínua entre os elementos.

intencionalidade da consciência, que é a experiência primordial, pré-reflexiva, o fenômeno.

A fenomenologia busca a descrição dos dados da experiência vivida imediatamente, ou seja da experiência que surge a consciência e no momento que ela surge; visto que busca mais compreender do que explicar o fenômeno. Em sentido semelhante a esse, e ao tratar das possibilidades da fenomenologia para a psicologia, Bruns e Holanda (2003, p. 69) assinala que:

A fenomenologia possibilitou à Psicologia uma nova postura para inquirir fenômenos psicológicos: a de não se ater somente ao estudo do comportamento observáveis e controláveis, mas procurar interrogar as experiências vividas e significados que o sujeito lhes atribui, ou seja, o de não priorizar o objeto e/ou o sujeito, mas centrar-se na relação sujeito-objeto-mundo.

A interpretação de um indivíduo único, singular, pode perfeitamente começar com a análise de uma experiência única, singular, desse indivíduo. Assim Kude (1999) ressalta que é possível através da fenomenologia procurar no fenômeno humano aquilo que o caracteriza como humano e o distingue de outro fenômeno. Para que isso ocorra é necessário que se compreenda o que é fenômeno. Fenômeno é tudo aquilo que aparece na consciência antes de qualquer reflexão e é nesse aspecto que o método inaugurado por Husserl se sustenta, ir às coisas mesmas, sem pré-conceitos, sem hipóteses.

A fenomenologia trata da experiência que a consciência tem de si mesma, não só a consciência individual, mas a experiência que o gênero humano, em sua vida espiritual, tem de si mesma (cf. Marcondes, 2001). Marton (2004, p. 117) destaca a importância da consciência ratificando os fundamentos da fenomenologia enquanto um modo de ver a realidade que a prioriza: “(...) a consciência é antes de mais nada aberta ao mundo, pois, sem o mundo, ela não passaria de realidade evanescente.”

As orientações da fenomenologia de Husserl (2006) mostraram-se mais conformes às pretensões estabelecidas nesta pequena investigação. Tomemos, de modo resumido, as suas linhas de sustentação. A base da fenomenologia husserliana é a intencionalidade³ da consciência que está direcionada para algo. O que significa que nessa perspectiva *não há pura consciência, separada do mundo, mas que toda consciência tende para o mundo, toda consciência é consciência de alguma coisa*⁷. Husserl assinala a importância de se pôr a nossa própria experiência da realidade na forma de ver os fenômenos.

Husserl nos diz ainda que a única fonte transcendental de todo o conhecimento absoluto e objetivamente válido é **a subjetividade da Consciência**. (*griffo nosso*) que está no mundo. Tal consideração corrobora ainda mais com o fato de que a consciência é intencional e se move através desta sua capacidade/característica.

Para tornar a fenomenologia “operacionalizável” em termos científicos, Husserl (2006) criou o método fenomenológico, e assim deixou uma de suas maiores contribuições para a pesquisa em Ciências Humanas e por que não dizer Sociais e da Saúde. Este pensador destacou, a este propósito, a confluência da epistemologia baseada na filosofia como ciência de rigor com um método qualitativo – o fenomenológico, e ainda na complexidade das formas de estudar o sujeito individual, a sociedade, a natureza da subjetividade, o eu e os valores. A proposta de Husserl foi contrária às dos paradigmas positivista, estruturalista e materialista histórico-dialético de ver o homem, o mundo, a realidade humana.

A respeito da sistemática fenomenológica, Galvão (2002, p. 318) enfatiza que:

O método fenomenológico, nas suas diversas modalidades, procura a essência da experiência humana e leva o pesquisador a refletir sobre a realidade e sobre a sua própria existência nessa instância. Desse modo, a prática reflexiva na análise fenomenológica das próprias experiências na pesquisa pode ser utilizada como uma

³ Entende este filósofo que a “intencionalidade” é o ato de se atribuir um sentido que unifica consciência e objeto, sujeito e mundo. (MOREIRA, 2002).

estratégia para o desenvolvimento do pensamento crítico e para a compreensão da teoria do conhecimento e da relação teoria-prática.

No olhar fenomenológico o homem é o centro da investigação, e sobre ele que recai a atenção, ou melhor, sobre os fenômenos que ocorrem no seu mundo. Nesse sentido, pode então afirmar que o que está em destaque é o indivíduo único e singular, que apreende o mundo através de seu modo específico de conformá-lo.

A interpretação de um indivíduo único, singular, pode perfeitamente começar com a análise de uma experiência única, singular, desse indivíduo. Através da fenomenologia, procura-se no fenômeno humano aquilo que o caracteriza como humano e o distingue de outro fenômeno e, para que isso ocorra é necessário que se compreenda o que é fenômeno. Fenômeno é tudo aquilo que aparece na consciência antes de qualquer reflexão e é nesse aspecto que o método inaugurado por Husserl se sustenta: ir às coisas mesmas, sem pré-conceitos, sem hipóteses pré-concebidas.

O que Husserl destaca em suas obras voltadas ao proceder fenomenológico, é que a fenomenologia tem por preocupação fundamental a experiência humana, e, portanto, com tudo aquilo que se revela por seu intermédio, e, por consequência, como o homem aprende, como ele se realiza, como ele entra em contato com o seu mundo e com o mundo dos outros. Então, aprender, em sentido geral, é um processo que já faz parte da estrutura do homem. E assim considerando, a fenomenologia vai se destacar de outras abordagens quanto à forma de compreender o homem e as relações que estabelece com o mundo e com os demais.

Cabe, então, considerar que o olhar fenomenológico pode contribuir para ampliar as potencialidades das relações humanas, já que ele parte do que se revela, sem subterfúgios, parte do concreto e não do que é superficial.

Então, associando a realidade social à fenomenologia, pode-se, então, considerar que se a consciência é intencional, se o homem se lança no mundo e vê no seu contato com o social uma possibilidade de ser. Se o homem é um ser consciente, e se sua consciência está invariavelmente inclinada a ser, a relacionar-se, ele certamente terá aberta inúmeras possibilidades.

Sobre as relações entre a fenomenologia e o social Calderano (. . p. 5) afirma que a perspectiva de Alfred Schultz é ter um olhar sobre o social a partir da fenomenologia e então esclarece: “Fenomenologia Social é o estudo dos modos como as pessoas vivenciam diretamente o *cotidiano* e imbuem de significado as suas atividades.”

Diante do exposto, a fenomenologia se constitui em uma alternativa e um novo olhar possível para que se possa compreender a realidade social, já que considera aquilo que se revela sem que sejam considerados os pré-conceitos.

Estou certo que de àqueles que fazer a opção pela fenomenologia têm sempre o cuidado de não ter concepções a priori a cerca dos fenômenos e da realidade, mas ao contrário devem ter uma abertura compreensiva (FORGHIERE, 2002) buscando sempre de forma integrada compreender a essência da realidade. A abertura compreensiva é uma atitude que caracteriza o ser-que-está-aberto-para-o-mundo, ou seja, um ser-com. Relacionar-se é manter laços de modo a abrir sempre as possibilidade de interações do ser com os outros.

Ter uma atitude fenomenológica frente à realidade é segundo Husserl (2006, p. 34) considerar que o mundo é: “O conjunto completo dos objetos da experiência possível e do conhecimento possível da experiência, dos objetos passíveis de ser conhecidos com base em experiências atuais do pensamento teórico correto.”

Husserl (2006, p. 35) ao tratar da relação entre mundo circundante natural e os mundos circundantes ideais nos diz que: “o mundo em que me encontro é ao mesmo tempo mundo que me circunda”. Este pensamento me faz ainda ter mais clareza das inúmeras possibilidades e da responsabilidades que tem o homem em contato com o mundo e com os outros. O homem ao lançar-se no mundo, responde pelas suas escolhas e ações, é co-autor da realidade, já que tem parcela direta de comprometimento na forma como se conduz.

Nessa perspectiva, Marton (2004, p. 228) afirma: “Não existe ponto de vista privilegiado que permita comparar situações diferentes; cada um só pode viver uma situação: a sua.” Quando afirma isso Marton me leva a pensar ainda mais nos fundamentos da fenomenologia, quando esta se refere ao dado concreto, a experiência vivida e importância que esta tem para o sujeito.

A experiência vivida é o guia na compreensão de outras pessoas e daquilo que as coisas significam para elas. (KEEN, 1975, p. 18)

Nesse sentido Lévinas (1997, p. 142) argumenta que: “Os problemas relativos à realidade consistem em descrever a forma como ela recebe um significado que a esclarece ou revela, ou a forma como esse significado lhe é atribuído.” Posso afirmar que está é uma das grandes diferenças entre a visão da fenomenologia e as demais vigentes: a fenomenologia olha para a realidade de modo a compreender qual o sentido e qual o significado que ela tem para a consciência, ou melhor, para o homem enquanto ser-no-mundo.

Concordo com Bruns (2003, p. 69) quando ratifica a importância das contribuições da fenomenologia para a Psicologia e de certo modo do modo de ver que a fenomenologia possui para investigar o cotidiano:

A fenomenologia possibilitou à Psicologia uma nova postura para inquirir os fenômenos psicológicos: a de não se ater somente ao estudo dos comportamentos observáveis e controláveis, mas procurar interrogar as experiências vividas e significados que o sujeito lhes atribui, ou seja o de não priorizar o objeto e/ou sujeito, mas centrar-se na relação sujeito-objeto-mundo.

Diante de todo o exposto resta lembrar que a fenomenologia não é simplesmente uma metodologia, mas uma maneira de ver o mundo com uso de um método que prima o rigor e inseparabilidade entre consciência e mundo, sujeito e objeto. Ela possibilita um modo de acessar a realidade concretamente, o mundo tal como ele se apresenta, no caso deste trabalho como os livros de auto-ajuda financeira se apresentam enquanto objetos concretos inseridos no mundo social.

3 CONSUMO DE LITERATURA DE AUTO-AJUDA FINANCEIRA

Mas o que é auto-ajuda? De acordo com Rüdiger (1997, p. 1) a literatura de auto-ajuda - é: “o conjunto de relatos e manuais que ensina como conduzir a vida, sobrepujar a depressão, manejar com pessoas, exercitar a sexualidade, parar de fumar, enriquecer etc., pertence, sem dúvida, a esse acervo de textos, constituindo um formidável veículo de subjetivação criado por nossa cultura.”

No que diz respeito a cultura de auto-ajuda presente no mercado editorial deste século, posso afirmar que o modelo utilizado pelas editoras é semelhante, ou por não dizer, um clone da idéia de indústria cultural analisada por Marcuse (1978) ao olhar para os produtos culturais fruto do estágio do capitalismo nas décadas de 30 e 40, o capitalismo monopolista.

Parece-me que a intencionalidade da indústria cultural procura conservar formas individuais de produção, ou seja, vale-se do individualismo artístico e da criatividade individual, e além disso, do planejamento e da padronização do produto.

Brunelli (2008) realizou uma série de reflexões sobre a literatura de auto-ajuda, e dentre elas a que mais chama minha atenção são as seguintes:

- a) o discurso da auto-ajuda é altamente favorável à ideologia capitalista;
- b) utiliza uma linguagem persuasiva, com frases imperativas, que estimulam o pensamento positivo através de verbos que emitem opinião e crença, tais como: crer, achar, acreditar e pensar;
- c) são isentos de “marcas de subjetividade”, já que utilizam a conotação geral de objetividade e neutralidade que estão presentes no discurso das ciências;

d) propagam o discurso da certeza e nunca da dúvida ou da angústia, já que acreditam ser pela ação positiva que os homens conseguem a felicidade e o sucesso;

e) o autor do livro de auto-ajuda de forma persuasiva passa a imagem de que tudo na vida dele deu ou dá certo, e está sempre pautado na sua responsabilidade diante das escolhas que faz e que os outros não têm nenhuma responsabilidade sobre elas;

f) oferecem supostas receitas e segredos para solucionar problemas da vida cotidiana ignorando as causas ou o foco dos problemas, aconselhando geralmente a se esquecer o passado e pensar no futuro;

g) evitam reflexões profundas sobre o existir e sobre coisas “negativas”;

h) prestam-se mais a aconselhar do que a filosofar sobre os problemas individuais e sociais e cotidianos;

i) oferecem sabedoria e conhecimento sobre uma infinidade de temas de maneira rápida, incisiva e objetiva, são como um *fast-food*.

Os livros de auto-ajuda financeira são exemplos concretos de manuais que buscam definir modos de conduzir a vida financeira do leitor. Os autores associam o discurso psicológico a linguagem financeira, dando dicas de como gerenciar sua vida financeira.

Escolhi dez livros analisados que tratavam de gestão das finanças pessoais, felicidade e sucesso que poderiam ser obtidos com as dicas gestão da vida financeira pessoal.

Dos outros analisados (que aqui não serão identificados) percebeu-se que eles possuem formações profissionais variadas (comunicação, engenharia, finanças, contabilidade, economia, propaganda etc.)e, que usam a sua experiência profissional e/ou pessoal para justificar e fundamentar a motivação da escrita do livro ou mesmo a sua importância.

A valorização do ter em lugar do ser predomina no discurso deste tipo de literatura, ou mesmo a necessidade de ter para poder ser. A literatura de auto-ajuda financeira é fenômeno crescente na hipermodernidade em seus espaços de consumo sob a forma de livro impresso e audiolivro. As tecnologias são utilizadas para incentivar o consumo de auto-ajuda.

Os estudos existentes sobre literatura de auto-ajuda em geral, discutem os discursos das narrativas destes livros enfocando questões lingüísticas e consumo. O consumo destes livros eleva-se, fato que proporcionou o surgimento e alavancou o crescimento de editoras que atuam especificamente com a produção, distribuição e a comercialização de livros de auto-ajuda com inúmeras estratégias de comunicação

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados encontrados permitiram compreender que:

a) na hipermodernidade predominam a busca pelo prazer individual, o individualismo hedonista, a valorização do ter como modo de ser, o consumo emocional e a crise do capitalismo que busca, manipular e controlar subjetividades;

b) a felicidade, tema de interesse do capital, passou a ser vendida na forma de produtos de consumo variados (livros de auto-ajuda, tratamento estéticos, cuidados com o corpo, imóveis, viagens etc.);

c) os livros de auto-ajuda financeira professam a valorização da riqueza individual, o ter e o individualismo;.

A análise dos dez livros analisados possibilitou compreender que os autores possuem formações profissionais variadas e, que usam a sua experiência profissional e/ou pessoal para justificar e fundamentar a motivação da escrita do livro ou mesmo a sua importância.

A valorização do ter em lugar do ser predomina no discurso textual.

A literatura de auto-ajuda financeira é fenômeno crescente na hipermodernidade em seus mais diferentes espaços de consumo (livraria e sebos comerciais, *shopping centers*,

aeroportos e Internet) sob a forma de livro impresso e audiolivro. As tecnologias são utilizadas para incentivar o consumo de auto-ajuda. Os estudos existentes sobre literatura de auto-ajuda em geral, discutem os discursos das narrativas destes livros enfocando questões lingüísticas e consumo.

O consumo destes livros eleva-se, fato que proporcionou o surgimento e alavancou o crescimento de editoras que atuam especificamente com a produção, distribuição e a comercialização de livros de auto-ajuda com inúmeras estratégias de comunicação

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escolha de uma postura fenomenológica de se relacionar consigo, com os outros e com o mundo, é antes de mais nada, uma atitude desafiadora, simples e ao mesmo tempo complexa. Desafiadora porque se está lidando, de certo modo, contra os paradigmas vigentes e pré-estabelecidos que de algum modo já determinam como devem ser as relações, o sentir, o perceber e a realidade. Simples já que a fenomenologia sustenta a sua forma de ver o mundo a partir da essência nos fenômenos – não numa atitude romântica ou a-realista – pelo contrário é tão realista, porque considera aquilo que se revela e de modo simples, sem subterfúgios ou máscaras. Complexo porque as bases da fenomenologia envolvem conhecimentos filosóficos do pensamento de cada um que a estudou e pensou contribuições – de Brentano a Schutz – de Husserl a Ewald – temos inúmeras contribuições do modo de ver a realidade, o social, o ser.

O método fenomenológico atravessou as diversas provas de fogo que a ciência e os outros paradigmas lhe impuseram, como se fosse necessário provar a sua aplicabilidade. Não é mesmo. Penso corroborando com Ewald (2008)⁴ que a Fenomenologia se constitui como sendo uma resistência a dogmatização do conhecimento.

A literatura de auto-ajuda financeira reúne uma linguagem que associa conteúdos psicológicos com informações financeiras com vista a, de algum modo, dar dicas de como o leitor pode se educar financeiramente e fazer por si só a gestão de suas finanças pessoais.

Outro ponto importante é o fato de que os livros de auto-ajuda assumiram no ranqueamento nacional as primeiras posições, demonstrando que há um movimento intencional pela busca deste livros como forma de aprender a fazer sozinho a auto-gestão. Essa literatura trás em seu conteúdo uma valorização do individualismo e da satisfação pessoal obtida com a riqueza, com a ascensão social ou profissional e pelo aumento de rendimentos em aplicações financeiras e uso do dinheiro no mercado de consumo.

REFERÊNCIAS:

AMARAL, Roberto Antônio Penêdo do. A textura do mundo: um ensaio fenomenológico. In.: BRUNELLI, Anna Flora. Ilusão à venda. **Discutindo Língua Portuguesa**, v. 3, n. 13, São Paulo, 2008, Escala Educacional, p. 34-41.

BRUNS, Maria Alves de Toledo. A redução fenomenológica em Husserl e a possibilidade de superar impasses da dicotomia subjetividade-objetividade. In.: BRUNS, Maria Alves de Toledo, HOLANDA, Adriano Furtado (org.). **Psicologia e Fenomenologia**: reflexões e perspectivas. Campinas, SP: Alínea, 2003.

CALDERANO, Maria da Assunção. Notas sobre A Fenomenologia Social de Schutz - considerações acerca de alguns pressupostos filosóficos. **Revista de Estudos de Sociologia**, v. 4, n. 1, Teoria, História e Cultura de massa, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em: <<http://www.ufpe.br/eso/revista7/social.html>>. Acesso em 25 ago. 2008. p. 1-13.

⁴ EWALD, Ariane P. **Modernidade e Existência**. Notas de aulas ministradas no DINTER UFMA – UERJ Turma 2008, São Luís – MA, jun. 2008.

EWALD, Ariane P. **Crônicas folhetinescas e o nascimento da vida moderna no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Museu da República, 2006.

_____. Sartre, Simmel e uma “Fenomenologia Social” das Crônicas Folhetinescas. *Revue Sens-Public. Revue électronique internationale* (Lyon). Disponível em: <http://www.sens-public.org/spip.php?page=imprimersans&id_article=156>. 05 mars, 2005. Acesso em: 20 ago. 2008.

FORGHIERE, Yolanda Cintrão. **Psicologia Fenomenológica: fundamentos, métodos e pesquisa**. São Paulo: Pioneira, 2002.

GALVÃO, Daguia Narielly, ENDERS, Bertha Cruz. Vivendo a fenomenologia: reflexões sobre a experiência de iniciação científica. In.: **Ciência, Cuidado e Saúde**. Maringá, v. 1, n. 2, p. 253-262, jul./dez. 2002.

HUSSERL, Edmund. **A idéia da fenomenologia**. Lisboa: Edições 70, 1958.

_____. **Idéias para uma fenomenologia pura e para uma filosofia fenomenológica**. Aparecida, SP: Idéias & Letras, 2006. (Coleção Subjetividade Contemporânea)

KEEN, Ernest. Comportamento e ser-no-mundo. In.: **Introdução à Psicologia Fenomenológica**. Rio de Janeiro: Interamericana, 1975.

LIPOVETSKY Gilles **A felicidade Paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2007..

LYTOARD, Jean-François. **A fenomenologia**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.(Coleção Saber atual)

MARCONDES, Danilo. **Iniciação à história da Filosofia: dos pré-socráticos a Wittgenstein**. 6. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial: o homem unidimensional**. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978

MARTON. Scarlett. A condição do homem: ontologia e historicidade. In.: **A irrecusável busca de sentido: autobiografia intelectual**. Ateliê Editorial/UNIJUI: Cotia, SP; Ijuí, RS, 2004

MERLEAU-PONTY, Maurice. O primado da percepção e suas conseqüências filosóficas. Tradução de Constança Marcondes César. Campinas, SP: Papyrus, 1990.

_____. Exploração do mundo percebido: o espaço; a arte e o mundo percebido. In.: *Conversas – 1948*. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p. 9-18 (texto fotocopiado)

PERDIGÃO, Paulo. **Existência e liberdade: uma introdução a Filosofia de Sartre**. Porto Alegre: L& PM, 1995.

RÜDIGER, Francisco . **Literatura de auto-ajuda e modos de subjetivação na cultura de massa contemporânea. Estudos de Sociologia: Revista do programa de pós-graduação em Sociologia da UFPE. Número 2 volume 3 (1997), Cultura de Massa, Imagem E Sociedade.** Disponível em: <<http://www.ufpe.br/eso/revista6/rudiger.html>>. Acesso em: 20 jan. 2008.