

## CUERPO DEL LIBRO Y CUERPO DEL LECTOR: ANÁLISIS DE LA APROPIACIÓN LECTORA DE LITERATURA DE AUTOAYUDA

Dr. Vanina Belén Canavire  
Universidad Nacional de Jujuy, Jujuy, Argentina  
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
belencanavire@hotmail.com

Recibido el 1 de agosto de 2015

Aceptado el 4 de abril de 2016

### Resumen

Cuando se sostiene un libro entre las manos se establece una relación física entre el cuerpo del libro y el del lector, de allí que la materialidad del libro afecte el contenido de la lectura y las modalidades que adquiera esta práctica. Bajo inspiración de aportes provenientes de la historia del libro y la sociología de los textos, y a partir de los resultados de nuestra investigación doctoral –que aborda específicamente a la literatura de autoayuda–, en este artículo reflexionamos a propósito de la vinculación entre: el formato del libro, género del texto, y modos de lectura. En este sentido, los elementos icónicos y verbales y la organización interna del texto, emergieron como aspectos relevantes que informan acerca de la naturaleza del impreso. Concluimos en que el estudio de la dimensión material es fundamental como indicio de las distintas modalidades de apropiación lectora.

**Palabras clave:** libro, apropiación material, lectura, sociología de los textos, literatura de autoayuda.

## BOOK BODY AND READER BODY: ANALYSIS OF THE READING APPROPRIATION OF SELF-HELP LITERATURE

### Abstract

When a book is held on the hands a physical relation is established between the body of the text and the body of the reader, hence the materiality of the book affects the reading content and modalities that acquire this practice. Under inspiration of contributions from book history and sociology of texts, and from the results of our doctoral research –that deals specifically with self-help literature–, in this article we reflect about the link between: book format, text genre, and reading modes. In this sense, the iconic and verbal elements and the internal organization of the text emerged as important aspects that inform about the nature of the book. We conclude that the study of the material side is important as an indication of the different modes of reading appropriation.

**Keywords:** book, material appropriation, reading, sociology of texts, self-help literature.

- Vanina Belén Canavire

**Como citar este artículo:**

Canavire, V. B. (2016). "Cuerpo del libro y cuerpo del lector: análisis de la apropiación lectora de la literatura de autoayuda", en *Perspectivas de la Comunicación*, Vol 9, nº 1. pp. 181-201.

## Introducción

Teniendo en cuenta que la cultura es comprensible a partir del estudio de sus componentes simbólicos, en nuestra tesis de doctorado (Canavire, 2014) indagamos en una práctica cultural cuyo interés se renueva incesantemente resistiendo a los avatares del tiempo: la lectura. Acotamos el estudio a un género de la cultura de masas que ostenta una imponente presencia en el mercado editorial actual: la literatura de autoayuda, e intentamos responder a los siguientes interrogantes: ¿Qué mueve a una persona a consumir libros de autoayuda? ¿Por qué gustan? ¿Por qué se compran? ¿Por qué se leen?

La comunicación como estrategia analítica nos permitió posicionar la mirada desde el vértice de la recepción. Asimismo, privilegiamos la concepción de la lectura como invención de sentido (siempre inscrita en las restricciones y limitaciones que impone el texto) y como práctica social (inserta en un entramado de posiciones y relaciones diferenciadas) en el marco de circunstancias espacio-temporales específicas. Desde esa perspectiva, acotamos el campo de estudio a un caso: lectores de autoayuda en San Salvador de Jujuy (Argentina)<sup>1</sup>.

A partir de la información obtenida es nuestra investigación, en este artículo reflexionamos a propósito de la dimensión material de la lectura, y nos preguntamos ¿qué relación se establece entre el cuerpo del texto y el del lector? El análisis de episodios en que un lector sostiene un libro entre sus manos, ya sea al momento de comprarlo o durante la práctica de lectura, puede ofrecer pistas para responder a nuestro interrogante.

### 1. Notas metodológicas

El marco metodológico que ha orientado nuestra investigación se nutre fundamentalmente de dos propuestas teórico-metodológicas. Por un lado, recurrimos a las reflexiones que desarrolla John Thompson (2006) a propósito del análisis de las formas simbólicas en general y las formas simbólicas massmediadas en particular<sup>1</sup>. Por otro lado, retomamos las cuestiones metodológicas que señala Reguillo (2000) respecto del orden del discurso como mediación analítica para la comprensión de la vida social.

Ambas propuestas metodológicas tienen como telón de fondo la necesidad de comprender cuál es el papel del sujeto en la construcción de lo social. A pesar de que los investigadores provienen de diferentes disciplinas (sociología y comunicación respectivamente), ambos se apoyan principalmente en las ideas planteadas por la "hermenéutica", de allí que otorguen particular relevancia a la

<sup>1</sup> "Las formas simbólicas (entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos de diversos tipos) son constructos significativos que son interpretados y comprendidos por los individuos que los producen y reciben, pero también son constructos significativos que se estructuran de maneras diferentes y que se insertan en condiciones sociales e históricas específicas" (Thompson, 2006: 407). Al respecto, en nuestra investigación, la literatura de autoayuda es considerada como una forma simbólica massmediada, en tanto su soporte -el libro- es un medio de comunicación impreso.

experiencia del actor social como lugar privilegiado para el análisis y la comprensión de la vida social.

Asimismo, teniendo en cuenta que sólo a través del discurso los sujetos son capaces de referir(se) subjetivamente al mundo, ambos autores comparten la preocupación por la apropiación e interpretación que realizan los actores sociales en condiciones particulares. En nuestro caso, se trata de la apropiación que los lectores hacen de los libros de autoayuda en San Salvador de Jujuy. Si se considera que el *sentido* es una facultad del actor histórica y socialmente situado, es precisamente en el discurso donde se pueden hallar los distintos filtros y mediaciones (más importantes que el decir mismo) que constituyen los anclajes desde los cuales éste construye el sentido sobre el mundo.

Por último, creemos que ambas propuestas metodológicas intentan comprender a los actores en su contexto y se ofrecen como estímulo para la investigación empírica (es decir, se destinan a una aplicación en casos concretos), y por esto, resultan apropiadas para aquellos estudios que se ocupan especialmente de procesos y actividades que integran la vida cotidiana de los sujetos. En este sentido, estimamos que pueden servir ampliamente a investigaciones desarrolladas en el ámbito de la comunicación y la cultura.

En el caso de nuestro estudio, la investigación tuvo lugar en San Salvador de Jujuy, capital de Jujuy. Esta ciudad es la más poblada de la provincia, y constituye su centro político-administrativo y comercial.

A partir de un recorrido exploratorio, observamos que la literatura de autoayuda ostenta un lugar de privilegio en las principales librerías de este espacio urbano, lo que resultó significativo para dilucidar la problemática que nos ocupa.

El proceso de indagación se realizó mediante entrevistas en profundidad. Para elaborar la muestra del estudio, se tomaron en consideración características sociodemográficas y de consumo. Los criterios de selección de los informantes fueron: a) residir en la ciudad de San Salvador de Jujuy, b) pertenecer a una franja etaria específica (entre 25 y 55 años de edad), c) haber leído como mínimo cinco libros de autoayuda en el transcurso de los últimos dos años (bienio 2011-2012)<sup>2</sup>.

La búsqueda de los informantes se desarrolló de dos maneras. Por un lado, en el trabajo de campo, registramos a los clientes que ingresaban en las librerías locales en busca de *libros de autoayuda*, específicamente. Por otro lado, teniendo en cuenta los nuevos dispositivos de comunicación (*chats*, *SMS*, foros y redes sociales) no sólo como ambientes virtuales de interacción social, sino, también como "base de datos", empleamos un recurso *online*: la red social *Facebook*. De esta forma, siguiendo los criterios de selección definidos para la investigación, contactamos a los usuarios que mencionaban en su página de perfil, como "libros preferidos" a ejemplares del género de autoayuda. Finalmente, la muestra se compuso de 50 lectores (25 mujeres y 25 hombres).

---

<sup>2</sup> Cabe destacar que el trabajo de campo fue desarrollado en el año 2013.

Una vez seleccionados los lectores, las entrevistas fueron realizadas de forma personal y presencial<sup>3</sup>. Este universo de estudio, tuvo como marco de referencia el "muestreo teórico" y "la saturación de datos" (Glaser y Strauss, 2008).

## 2. Los libros de autoayuda, un fenómeno de la cultura masiva

En 1936 el publicista Dale Carnegie, fue el primero en articular los principios del nuevo *ethos* de la personalidad (fundamentado en el desarrollo de las relaciones humanas y en el empleo de técnicas de comunicación) en una obra que se considera pionera del género de autoayuda<sup>4</sup>: *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*<sup>5</sup>.

A partir de entonces, el género ha persistido a lo largo del tiempo (con no pocas variaciones), y su circulación se generaliza especialmente en la última década del siglo XX.

En el panorama actual, son conocidas las acaudaladas cifras que la literatura de autoayuda abona al mercado editorial. Los libros de autoayuda tienen amplia difusión mundial y se encuentran en el *ranking* de los más vendidos.

En Brasil, según el informe del Instituto Pró-Livro desarrollado en el período junio-julio del año 2011, en la lista de los "géneros leídos frecuentemente", la literatura de autoayuda se ubica en el sexto lugar. Así también, entre los 25 libros más destacados para el mismo período, figuran *O alquimista* (Coelho, 2008), *O segredo* (Byrne, 2007) y *O monge e o executivo* (Hunter, 2004). En Colombia, según los registros de la Librería Nacional, *Los Cuatro Acuerdos* (Ruiz, 1998) y *Descubre tu Don* (Shajen, 2011) figuran entre los más vendidos. En México, *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva* (Covey, 2010) se ubica entre las primeras posiciones. Mientras que, en España, *El secreto* (Byrne, 2007) se encuentra en el ranking de los más solicitados. A nivel local, según los registros del Grupo ILHSA (líder en la venta de libros en Argentina) tres de los diez libros más vendidos en el año 2011 pertenecen al género de autoayuda: *Corriéndose al interior* (Paluch, 2011); *Lecciones de Seducción* (Sordo, 2010); *Sé tu propio héroe* (Domínguez, 2011).

Estos datos constituyen sólo una muestra del incesante crecimiento del sector y su posicionamiento como fenómeno editorial. Desde la crítica (especialmente en los

<sup>3</sup> El empleo de la entrevista como herramienta metodológica, responde a que los sujetos empíricos son importantes en cuanto actualizaciones de matrices culturales (importa cómo hablan desde un cuerpo que ha sido socialmente construido), de allí que sea posible rescatar el orden del discurso como mediación analítica para la comprensión de la vida social. Creemos posible reconstruir desde la narrativa subjetiva (relatos individuales) las *huellas* desdibujadas de lo social.

<sup>4</sup> Una descripción exhaustiva de las condiciones históricas que enmarcaron el desarrollo de la literatura de autoayuda puede encontrarse en, Rüdiger, F. *Literatura de auto-ajuda e Individualismo*. Porto Alegre: Ed. Universidade /UFRGS, 1995.

<sup>5</sup> Carnegie, D. *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*. Buenos Aires: Sudamericana, 1994. La versión original se publicó en inglés: Carnegie, D. *How to Win Friends and Influence People*. New York: Simon and Schuster, 1936.

trabajos que hacen hincapié en la gramática de producción y en el mensaje), estos libros se caracterizan como un producto de la cultura masiva y, por lo tanto, se destacan la estereotipación de contenidos y su orientación hacia el mercado. En este orden de ideas, la literatura de autoayuda se describe como: "biblioterapia" (Abraham, 2000), "soporte material del código de la civilización reflexiva" (Ampudia de Haro, 2006), "un nuevo género de la cultura masiva" (Papalini, 2008), "decálogos para el buen vivir" (Reguillo, 2007), o "plataformas para la difusión de ideas psicológicas" (Illouz, 2010).

Al respecto, Vanina Papalini identifica tres aspectos que definen al género de autoayuda: tema, estilo y estructura. Con respecto al eje principal de este conjunto de libros, observa: "la literatura de autoayuda trata la dimensión subjetiva como fundamento de un cambio vital individual atendiendo a fines instrumentales" (2008: 93). En relación al estilo y estructura sostiene, "es habitual que se exponga el tema utilizando ejemplos y testimonios. Ulteriormente, se proponen soluciones a modo de recetas o simples pasos a seguir" (2008: 94).

En pocas palabras, la universalización de los preceptos, la verosimilitud de las proposiciones, y la idea de que el lector tiene el poder de cambiar su vida, hacen de éste un género con características peculiares.

Por su parte, el psicólogo Francisco Rüdiger define a la literatura de autoayuda como "un conjunto textualmente mediado de prácticas a través de las cuales las personas procuran descubrir, cultivar y emplear sus supuestos recursos interiores y transformar su subjetividad, buscando conseguir una determinada posición individual supra o intramundana" (1995:11). Al respecto, subraya el carácter popular y masivo de este tipo de práctica-textual, y lo cuestiona en términos de un dispositivo funcional al escenario capitalista. En síntesis, para el autor, esta literatura se basa en la figura de un individuo que persigue la consecución de un sentimiento de bienestar consigo mismo, la satisfacción de sus necesidades inmediatas y la resolución de los conflictos íntimos.

Tomás Abraham (2000), por su parte, considera al género en foco como libros que se usan para ayudarse en la lucha por la vida. En ellos, según su planteo, el conjunto de las temáticas evocadas es amplio (tienen que ver con el éxito, la salud, la belleza, etc.), igual que los discursos con que suelen resolverse (que van desde el sentido común hasta vertientes de la astrología). Para el autor, se trata, fundamentalmente, de una "biblioterapia" donde los conocimientos se transmiten a través de la experiencia: "es una literatura que nos da fe, una esperanza singular, la de que podemos cambiar nuestra vida" (2000: 375).

Desde la sociología de la cultura, Eva Illouz (2010) sostiene que estos dispositivos culturales (los libros) combinan una serie de exigencias: su difusión requiere teorización, es decir, expresar ideas de una manera general y descontextualizada a fin de encajar en una variedad de esferas sociales, de individuos y necesidades; si la literatura de autoayuda pretende ser una mercancía consumida de manera regular, debe variar los problemas que aborda; si aspira a dirigirse a diferentes

segmentos del público lector, debe ofrecer una perspectiva neutral especialmente en cuestiones de conducta social; y por último, debe ser creíble, o sea, proferida por una fuente legítima.

Finalmente, los trabajos de investigación de Pablo Semán (2006; 2007) giran en torno al diálogo recíproco que se despliega entre el campo de lo religioso y lo literario. El antropólogo, sirviéndose de una etnografía de la lectura, analiza el caso de los libros de Paulo Coelho. En primer término, subraya el particular modo de socialización de este material de lectura que, lejos de ceñirse a una autoridad del ámbito religioso o académico, “es deudor de la palabra autorizada del amigo o el miembro de una comunidad de sensibilidad” (2007: 139). Otra característica de la literatura de Coelho es su carácter testimonial, por lo que “cada lector encuentra un tramo que de alguna forma remite a su situación y que, al mismo tiempo, la modifica porque permite establecerla, fijarla como una posibilidad en el caos de representaciones y emociones” (2007: 143).

En efecto, el relevamiento de estos trabajos nos permite identificar algunos aspectos fundamentales que definen al género de autoayuda: la centralidad de la experiencia subjetiva; el carácter testimonial; los elementos emotivos; los dogmas prácticos; las soluciones individuales; la sobresaturación semántica y la generalidad de las propuestas vitales<sup>6</sup>.

### 3. La “historia del libro” y la “sociología de los textos”

En *Teorías de la lectura*, Karin Littau (2008) se propone leer con nuevos ojos la historia de las teorías de la lectura, por lo que procura poner en tensión las diferentes perspectivas que se sucedieron a lo largo del tiempo. En esta línea argumentativa, sostiene que quienes hacen “teoría literaria” se preocupan primordialmente por la textualidad, considerando al texto y al lector como abstracciones, por lo que no encaran la materialidad ni la realidad física de la lectura. En cambio, desde la “historia del libro” y la “crítica textual”, se concibe al libro en el orden de lo material, es decir, se abordan los procesos materiales que respaldan la producción, distribución y recepción de la palabra escrita.

Con el interés de centrarnos sobre estas dos últimas disciplinas (la historia del libro y la crítica textual), recurrimos, en primera instancia, a los postulados de Roger Chartier historiador del libro por excelencia.

El historiador recuerda que, contra la representación del texto ideal o abstracto – elaborada por la literatura– “no hay texto fuera del soporte que lo da a leer, no hay comprensión de un escrito, cualquiera que sea, que no dependa de las

<sup>6</sup> El tratamiento pormenorizado de estas nociones fue objeto de distintos trabajos publicados de nuestra autoría: “Hacia un paradigma de lectura de géneros masivos: el caso de la literatura de autoayuda”. *Álabe. Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*, n° 10, julio-diciembre 2014; “Del diván y la lectura: a propósito de los libros de autoayuda como soportes terapéuticos”. *Razón y Palabra*, n° 85, diciembre 2013- marzo 2014; “Escenas de lectura e Industria Cultural: el caso de los libros de autoayuda”. *Comunicación y Sociedad*, n°19, 2013.

formas en que alcanza a su lector" (Chartier, 1994: 46). Así pues, respecto de la dimensión material, distingue dos tipos de dispositivos: los que derivan de su puesta en texto, de las estrategias de escritura y de las intenciones del autor; y los que resultan de la puesta en libro o en impreso, producto de la decisión editorial. En vista de ello, cuestiona los enfoques clásicos (que piensan al texto despojado de sus formas tipográficas) y la teoría de la recepción (que plantea una relación inmediata entre las "señales textuales" y las "expectativas del lector"), señalando que ambas corrientes descuidan el espacio en que se construye el *sentido*. Restituirlo, según el historiador, "exige considerar las relaciones anudadas entre tres polos: el texto, el objeto que lo porta y la práctica que se apodera de él" (Chartier, 1994: 47).

Por otra parte, el eje del proyecto de la "crítica textual" gira en torno a diversos temas vinculados a la historia de la transmisión textual de una obra, es decir, a cómo la modifican material y conceptualmente quienes la (re)editan y la (re)imprimen.

Jerome McGann (1991), uno de los representantes de esta corriente, sugiere que antes de la actividad de los lectores particulares, la posibilidad misma de la lectura está condicionada por la forma que tiene el libro como "artefacto". Por lo tanto, las formas físicas del texto determinarán la modalidad de lectura, así como el espectro de lecturas posibles. De este modo, se defiende la idea de que las lecturas varían históricamente de acuerdo con las condiciones materiales del texto.

Contra los enfoques puramente semánticos, donde el texto carece de materialidad, de autor y de lector –defendidos fundamentalmente por la crítica estructuralista, la *New Criticism* y la deconstrucción–, hacia 1985, el profesor Donald McKenzie ofreció una serie de conferencias<sup>7</sup> que transformaron, a su vez, la ciencia bibliográfica (en su definición como bibliografía descriptiva o analítica), la crítica textual y la historia de la lectura (McKenzie, 2005).

En estas reflexiones, recuerda con insistencia que el sentido de las obras depende de sus formas gráficas y de las modalidades de inscripción sobre la página. De allí que el significado atribuido a un texto sea un producto histórico, situado en el cruce entre las competencias o expectativas de los lectores y los dispositivos, a la vez gráficos y discursivos, que organizan los objetos leídos.

A propósito de esto, McKenzie sostiene que una investigación cabal sobre el "libro" debe recuperarlo –al igual que otras tecnologías– como el producto de la actuación humana en contextos complejos. En vista de ello, y a propósito del estudio del impreso, propone denominar "bibliografía" o "sociología de los textos" a "la disciplina que estudia los textos como formas registradas, así como los procesos de su transmisión, incluyendo su producción y su recepción" (McKenzie, 2005: 30).

---

<sup>7</sup> Las "*Panizzi lectures*" pronunciadas por McKenzie en la British Library en 1985, se han convertido ya en un clásico, traducidas al francés, después al italiano y al español.



Al abordar las circunstancias de transmisión y los testimonios materiales de la recepción, esta disciplina enseña que “nuevos lectores hacen, por supuesto, nuevos textos, y que sus nuevos significados son consecuencia de sus nuevas formas” (Mckenzie, 2005: 45). En este sentido, prosigue el autor, “la bibliografía tiene un poder insuperable para resucitar autores en su propio tiempo y a sus lectores en todos ellos” (2005: 46). La constatación de que las formas afectan al significado, se apoya en el argumento de que un texto tiene siempre como soporte una materialidad específica –el objeto escrito donde ha sido copiado o impreso, la voz que lo lee, la representación que lo hace ser visto y escuchado– por lo que cada una de las formas de publicación se organiza según dispositivos propios que determinan de manera variable la producción de sentido.

El estudio morfológico de las disposiciones tipográficas y el análisis social de los públicos, lejos de excluirse, están necesariamente asociados. Es justamente, en función de las competencias y de las supuestas expectativas de los lectores imaginadas por el autor, el editor o el impresor, como se deciden las formas que se van dar a los textos. La “sociología de los textos” señala, entonces, cómo a partir de la movilidad de sus formas, los textos son susceptibles de nuevos usos y de reinterpretaciones por los diferentes públicos que los reciben. Así queda definida de un modo preciso la relación que une la variación de las formas que dan a leer las obras, la definición de sus posibles lectores y el sentido que éstos atribuyen a los textos que hacen suyos.

Pues bien, hemos rescatado estos aportes teóricos con el objetivo de dar cuenta de la relevancia que adquieren las *características materiales* con que llega lo escrito a las manos del público, en el análisis de la práctica lectora. Los textos ponen en contacto contenido, forma y materia, por lo que transmiten significados en múltiples estratos. En este sentido, los lectores reaccionan ante los códigos lingüísticos y bibliográficos, al tiempo que estos dispositivos guían y constriñen la operación de producción de sentido.

#### 4. El libro: sus dimensiones materiales

En efecto, a la luz de las teorizaciones expuestas, para el caso de los libros de autoayuda, surgen los siguientes interrogantes: *¿qué relación se establece entre el cuerpo del texto y el del lector? ¿De qué modo el diseño externo del libro y/o su estructura interna influyen en la decisión de compra y en la práctica lectora?*

Sobre estas cuestiones, nuestros interlocutores<sup>8</sup> ofrecieron una amplia gama de respuestas: algunos toman en cuenta el formato editorial en su *totalidad*; otros hacen hincapié en la *diagramación de las páginas* (cambios de tipografía, decálogos finales, relación blanco/espacio cubierto por la palabra, etc.); o refieren

<sup>8</sup> Tratamos con un lector *real*, situado social y geográficamente, por lo que la mención de las características biográficas particulares (edad y categoría socio-profesional) de cada entrevistado es necesaria para comprender a la lectura en tanto práctica social inserta en un entramado de posiciones y relaciones diferenciadas, en el marco de circunstancias espacio-temporales específicas.

- Vanina Belén Canavire

a *elementos paratextuales* específicos (tapa, contratapa, subtítulos, ilustraciones, etc.). Si bien estas tendencias se superponen, encontramos que algunos criterios predominan sobre otros.

#### 4.1. Libros, “tesoros”

En principio, citamos a Martín<sup>9</sup>, quien alude a la *forma total* (diseño exterior e interior) del libro:

“Es lo mismo que comprar un CD, porque es el valor-objeto, querés algo que te agrada al tacto y a la vista. Una sola mancha de texto me dificulta la lectura, que haya recursos como resúmenes, cuadros, oraciones en distintas tipografías, los hace más interesantes y sencillos de aprender... quizás busco estos detalles por mi formación de diseñador”.

De este modo, se pone de manifiesto la relación física que se establece entre el *cuerpo* del libro y el del lector: el libro debe resultar agradable a los sentidos<sup>10</sup>. Además, los diferentes recursos lingüísticos y gráficos empleados (resúmenes, cuadros, cambios de tipografía), a la par que organizan el código impreso, facilitan el aprendizaje de los dogmas prácticos, haciendo de la lectura de autoayuda una actividad interesante.

De forma semejante, Alejandra<sup>11</sup> ofrece una descripción *integral* del libro:

“Yo describiría a estos libros con tres ‘B’: bueno, bonito y barato. Además tienen un vocabulario sencillo que cualquier persona puede entender”.

Esta declaración particular, expresa una opinión generalizada entre los entrevistados a propósito de las numerosas ventajas que ofrece la literatura de autoayuda. En efecto, se consideran textos claros, entretenidos, y que demandan poco del lector (exigen competencias lectoras básicas). Asimismo, según los lectores, abordan problemáticas cotidianas en una tonalidad “amena” y presentan narraciones ejemplares como focos de identificación. Además, se pueden adquirir a un costo económico accesible (en el caso de quienes eligen las ediciones de bolsillo), son libros baratos. Estos señalamientos, de algún modo, hablan de las expectativas del público lector.

---

<sup>9</sup> Martín tiene 31 años, de profesión diseñador gráfico. Llegó a los libros de autoayuda en busca de respuestas a cuestiones de la vida conyugal. Además, suele leer libros de psicología y meditación.

<sup>10</sup> Encontramos que Manguel es quien mejor describe al acto de leer como esta relación íntima, física, en la que participan todos los sentidos: “los ojos que extraen las palabras de la página, los oídos que se hacen eco de los sonidos leídos, la nariz que aspira el aroma familiar de papel, goma, tinta, el tacto que advierte la aspereza o suavidad de la página, la flexibilidad o dureza de la encuadernación; incluso el gusto, en ocasiones, cuando el lector se lleva los dedos a la lengua” (1998, p. 279).

<sup>11</sup> Alejandra tiene 54 años y es empleada estatal. Su primera lectura de autoayuda, se debió a que tuvo que atravesar un divorcio conflictivo y un episodio de depresión.

Por su parte, Analía<sup>12</sup> expresa una opinión entusiasta:

“Miro el diseño en general, el prólogo, los títulos de los capítulos... me fijo en todos los detalles. Prefiero comprarlos porque siempre marco las frases importantes. Para mí estos libros son un tesoro”.

Al respecto, podemos decir que actualmente en la existencia, circulación y el uso de los objetos, no sólo intervienen valores de uso y de cambio sino que adquieren singular protagonismo los *valores simbólicos*: apropiarse de los objetos es cargarlos de significado. Esta tendencia adquiere un sesgo particular en el consumo de los libros de autoayuda. En esta práctica cultural, se conjugan, el *valor de cambio* (las características materiales del libro), el *valor de uso* (la puesta en práctica de las propuestas vitales), el *valor simbólico* (representan un espacio propio frente a las demandas externas y un espacio donde se encuentran respuestas a problemas cotidianos) y el *valor personal* (se representan como “tesoros”). Por lo tanto, se trata de objetos que comportan valor tanto en su materialidad como en su función social.

#### 4.2. La importancia de los *paratextos*

El conjunto de paratextos constituye el primer contacto del lector con el material impreso y, desde este punto de vista, funciona como una guía de lectura – permitiendo anticipar el carácter de la información del texto y las modalidades de lectura posibles–. Al respecto, se distinguen dos clases de paratexto: el *icónico* y el *verbal*. El primero hace referencia a la diagramación, ilustraciones, esquemas, fotografías y variaciones tipográficas; el segundo alude al título, prólogo, índice, referencias bibliográficas y notas al pie.

De esta manera, la naturaleza del texto será decodificada por la semántica del título, la información ofrecida en la contratapa, las ilustraciones, o las subdivisiones del texto.

#### Paratextos icónicos

En las siguientes declaraciones, un libro es, ante todo, evaluado en función del *diseño de la tapa*.

A propósito de esto, Eugenia<sup>13</sup> señala:

<sup>12</sup> Analía tiene 53 años, de profesión nutricionista. Frente a una crisis debido a un proceso de duelo, una amiga le facilitó el primer libro de autoayuda. Desde ese momento, ha comprado ejemplares del género que abordan distintas temáticas.

<sup>13</sup> Eugenia tiene 45 años y es comerciante. Llegó a los libros de autoayuda por recomendación de su terapeuta.

- Vanina Belén Canavire

“Creo que siempre un libro de mejor encuadernación, o por el color de la tapa, te llama la atención, te gusta más... te inclinás a tocarlo, a abrirlo, antes que otro que no te dice mucho. Lo mismo ocurre si tiene un dibujo o una foto”.

En la misma línea argumentativa, Alba<sup>14</sup> destaca:

“Recuerdo que *De la autoestima al egoísmo*<sup>15</sup> era un libro negro que en la tapa tenía letras brillantes en relieve, por eso me impactó. Otro fue *Tus zonas erróneas*<sup>16</sup> que en el frente tenía la figura de un hombre hecha con letras”.

Aquí se manifiesta la importancia del diseño gráfico en el consumo de los libros. Lo que se ve a primera vista, el diseño de tapa (tipografía llamativa, paleta de colores, inclusión de imágenes) y la calidad de encuadernación de los impresos, alientan (o no) la adquisición de los mismos. Estos elementos formales, en conjunto, intentan captar la atención del lector, atraparlo, e insinúan una lectura, por lo menos, atractiva.

Así también, rescatamos la opinión de Natalia<sup>17</sup>:

“Me llamó la atención *El secreto*<sup>18</sup> porque había una sola edición de lujo, encuadernada, cosida, con una tapa roja de tela, con una sobretapa impresa en papel ilustración... por eso lo compré. Aunque en ese libro me molesta el permanente uso de citas, y los cambios de tipografía. Creo que responde a una cuestión de legitimar lo que dice la autora”.

Así pues, la estética del libro puede funcionar como el disparador visual que despierta curiosidad en los lectores. En este sentido, la presentación editorial –el tipo de encuadernación, los colores y materiales empleados– se revela como un elemento central que condiciona la compra. Ahora, si bien los lectores pueden mostrarse conformes con las características físicas del libro, pueden ser críticos en relación a su *estructura interna*. Natalia, en particular, cuestiona el uso frecuente de “citas”, que cumplirían la función de legitimar la propuesta textual apelando a la palabra autorizada de personajes reconocidos que se exhibe como “indiscutible”.

Por su parte, otros lectores coinciden en la elección de los libros de acuerdo a la tipografía y cantidad de páginas. Esta idea se manifiesta en palabras de Patricia<sup>19</sup>:

---

<sup>14</sup> Alba tiene 43 años, de profesión contadora. Comenzó a leer libros de autoayuda con la intención de mejorar las relaciones interpersonales con sus clientes.

<sup>15</sup> Bucay, J. (1999). *De la autoestima al egoísmo*. Buenos Aires: Del nuevo extremo.

<sup>16</sup> Dyer, W. (2004). *Tus zonas erróneas*. Barcelona: Debolsillo.

<sup>17</sup> Natalia tiene 40 años y es Licenciada en trabajo social. Sus primeras lecturas de autoayuda tuvieron lugar cuando atravesaba una crisis matrimonial.

<sup>18</sup> Byrne, R. (2007). *El secreto*. Barcelona: Urano.

<sup>19</sup> Patricia tiene 38 años, de profesión Licenciada en ciencias de la educación. Comenzó a leer libros del género para acompañar a su madre que había enfermado.

“Me interesa que sean de letras grandes y no muy voluminosos. Busco que sea un buen papel, en cambio, las obras de Freud que están hechas en hojas de Biblia... ¡andá a leer eso! Además, me gusta que sea ameno, y creo que los blancos del libro ayudan en ese sentido, te invitan a una pausa”.

En cuanto al formato editorial, la literatura de autoayuda ofrece numerosas opciones. Esto permite a los lectores seleccionar los ejemplares de acuerdo a diferentes criterios: el material con que se fabricó, el volumen, y/o el tamaño de la tipografía. A propósito del formato interno, y en comparación con otros textos (por ejemplo, tratados académicos), los libros de autoayuda parecen garantizar una lectura menos engorrosa y agotadora.

Por su lado, Cecilia<sup>20</sup> también alude a estas cualidades:

“Generalmente me fijo en el volumen del libro... que los capítulos no sean muy largos, y el tamaño de la letra porque ya no veo bien. Pienso que los recursos que presentan te facilitan la lectura, por ejemplo, cuando te resaltan ‘en negrita’ frases para recordar”.

El volumen del libro se presenta entonces, como un factor condicionante de compra: la cantidad de páginas debe corresponderse con las expectativas de lectura. Asimismo, las características de la tipografía (variación y tamaño) y la distribución de los espacios en blanco, constituyen elementos que anticipan una lectura agradable. Por lo tanto, de la dinámica de lectura que adelantan el formato editorial y la estructura del libro, depende el interés que éste despierte a los ojos del lector.

La *imagen* puede considerarse como un indicador formal, en tanto sugiere una lectura y construye significación. Efectivamente, en los casos estudiados, hallamos lectores que ponen el acento en las ilustraciones de los libros. Omar<sup>21</sup> se manifiesta en tal sentido:

“Los distintos capítulos comienzan con una cita, que de alguna forma te indica de qué va tratar ese capítulo. En la mayoría hay gráficos, por ejemplo, en *El éxito no llega por casualidad*<sup>22</sup>, cada capítulo comienza con una ilustración... recuerdo unos caballos. Algunos también te dejan lugar en blanco para que vos escribas ahí, pero yo nunca lo hice”.

En algunos ejemplares de autoayuda, las citas de personajes reconocidos pueden aparecer acompañadas de *ilustraciones*, y de esta manera, lo icónico refuerza el texto. Esta articulación imagen/texto, promueve una modalidad de lectura

<sup>20</sup> Cecilia tiene 35 años y es profesora de danzas. Se acercó a los libros de autoayuda por recomendación de compañeros del trabajo. Se interesa por temáticas vinculadas a la metafísica.

<sup>21</sup> Omar tiene 36 años y es locutor de radio. Suele emplear citas que extrae de los libros de autoayuda en sus programas, y disfruta de estas lecturas.

<sup>22</sup> Ribeiro, L. (2006). *El éxito no llega por casualidad*. Barcelona: Urano.

diferente –en relación al formato tradicional de sólo texto–, en tanto las imágenes actúan como referentes que facilitan el trabajo del lector (por ejemplo, la memorización de las ideas). Así también, en algunas ocasiones, las últimas páginas de los libros se destinan a recoger las “notas de los lectores” (aquellos pensamientos o párrafos que les hayan resultado trascendentes). Esto da cuenta de una dimensión interactiva entre autor y lector: la invitación a escribir señala un espacio propio o íntimo del lector dentro del libro.

También es interesante la reflexión de Adrián<sup>23</sup> al respecto:

“Cuando agarro un libro, me fijo si hay subdivisión de capítulos, si hay algún tipo de ilustración, por ejemplo, los de *Programación Neurolingüística* tienen muchas ilustraciones cerebrales. Por ahí, el papel de la hoja muerta no me atrae... por eso la parte ilustrativa es muy importante”. Y agrega: “estos recursos me facilitan muchísimo la lectura. Un lector, al margen de ir incorporando lo que va leyendo, siempre busca correr a través del libro, ‘ganarle hojas’. Aún cuando lo hacemos de forma inconsciente, con una ilustración o una frase, le vas ganando hojas”.

De esta manera, la presentación de imágenes constituye un criterio relevante al momento de seleccionar los ejemplares. De hecho, la iconografía resulta atractiva, en tanto, fragmenta el trazo negro y lineal, a la vez que anticipa una lectura amena. Además, en la práctica lectora, puede ocurrir que se experimente la “necesidad intensa” de terminar el libro<sup>24</sup>, y en vista de ello, las ilustraciones o las frases en negrita (que ocupan mayor espacio en relación a las oraciones en tipografía normal) brindan la sensación de avanzar más rápido en la lectura. De este modo, el *lenguaje gráfico* se pone de relieve como uno de los elementos que configuran el estilo de los textos de autoayuda.

Recordemos también las palabras de Viviana<sup>25</sup>:

“En general, las ilustraciones facilitan la lectura, sucede como las fotos en las revistas, que hacen más divertida la lectura. La cuestión pasa por la capacidad de lectura que tiene cada uno, pero creo que estos recursos son didácticos”.

De este modo, las imágenes al tiempo que recrean la vista, vuelven entretenida la lectura. Incluso es posible que el régimen icónico en los textos de autoayuda se asimile a la función que desempeñan los recursos gráficos en otro tipo de publicaciones (por ejemplo, en las revistas): la ilustración es un lenguaje que complementa/duplica el texto. Si bien, la diagramación de los textos modernos

---

<sup>23</sup> Adrián tiene 30 años y es abogado. Consume libros de distintos géneros, y los de autoayuda le resultan particularmente una lectura de distracción.

<sup>24</sup> En el caso de las lectoras de ficción romántica, Janice Radway alude a esta “necesidad intensa” de terminar el libro una vez comenzado (Purdie, 1994).

<sup>25</sup> Viviana tiene 46 años, de profesión contadora. Comenzó a leer libros de autoayuda cuando atravesaba una crisis por la ruptura con su pareja. Le interesan los libros vinculados a la temática de la autoestima.

parece responder a la demanda de una lectura menos rígida o más lúdica, la eficacia de los registros empleados dependerá, en última instancia, de los hábitos y competencias de cada lector en particular.

Pues bien, como ha quedado señalado, los criterios relevantes al momento de seleccionar un libro, aluden al *volumen*, al *aspecto*, y al *estilo* de los ejemplares, en definitiva, a lo que hace que éstos sean en opinión del lector, "legibles".

### Paratextos verbales

Identificamos también lectores que reiteran el interés por la *diagramación interna* de los textos y destacan los elementos del *paratexto verbal* (título, subtítulos, índice, prólogo, y contratapa del libro). A propósito de esto, Raquel<sup>26</sup> detalla:

"Primero veo el título, leo la contratapa a ver qué dice y si se relaciona conmigo, después el índice y el prólogo. Entonces, lo elijo en función al contenido, a lo que yo creo que me puede ayudar. No me interesa si son más científicos o más prácticos, lo importante es que me sirvan".

Ciertamente, algunos lectores conocen la función informativa que cumplen las distintas partes del libro, por lo que centran allí su atención. Según ellos describen, el *título* representa el umbral de entrada al libro, el *índice* informa sobre la estructura del texto, la *contratapa* aporta datos sobre el contenido, el autor y la obra (y en ocasiones, puede incluir opiniones extraídas de reseñas sobre el libro), y el *prólogo* informa acerca de la importancia u originalidad del tema, origen y circunstancias de redacción de la obra, secciones que la componen y agradecimientos.

La información brindada por los paratextos verbales concierne al género mismo del texto, lo que relaciona el texto a leer con otros –ya leídos– y por ende, señala al lector en qué pre-saber inscribirlo. En virtud de ello, estos puntos de referencia designan y clasifican los textos, al tiempo que crean expectativas de lectura y anticipaciones de comprensión. Así pues, esta lectura exploratoria sirve al objetivo de evaluar la utilidad (o no) del material impreso.

Sobre la misma cuestión, Noelia<sup>27</sup> indica:

"Los capítulos se dividen en varios subtítulos, y por ahí, en medio del texto, aparece algún ejemplo o aclaración en un 'recuadro' relacionado al tema que se está tratando. También aparecen resúmenes breves al final de cada capítulo, entonces podés saltarlos y leer el que te interese. Creo que son libros prácticos, y suelen ser repetitivos, pero tal vez no sea por

<sup>26</sup> Raquel tiene 38 años y es artista plástica. Cuando se sumó a un grupo de autoayuda, estos libros eran objeto de lecturas compartidas.

<sup>27</sup> Noelia tiene 55 años y es psicóloga. Comenzó a leer libros del género cuando sufría una enfermedad grave, y actualmente suele trabajarlos con sus pacientes.

rellenar páginas sino porque el tema lo requiere, para que ciertas ideas se memoricen”.

De este modo, la jerarquización de la información mediante subtítulos, la ejemplificación, el uso de recuadros explicativos, y la redundancia semántica, se identifican como recursos que facilitan la aprehensión de los conocimientos difundidos, y promueven la capitalización de la lectura. Asimismo, la organización interna del libro de autoayuda ofrece la posibilidad de llevar adelante una lectura *ágil* (pero no por ello superficial) e incluso *fragmentada* (se eligen los capítulos que se desean leer). Estas cualidades parecen responder a una modalidad de lectura “extensiva” (antes que “intensiva”)<sup>28</sup>, en el sentido de que es posible desplazarse rápidamente de un libro a otro: se lee más y más rápidamente.

Por su parte, Edgardo<sup>29</sup> detalla:

“No tengo problemas con la lectura, porque no son ediciones de bolsillo las que busqué... así que buena tinta, buen papel, buena presentación. En general, los libros están bien ordenados. Tienen sangrías y subtítulos, y algunos resaltan en un rectángulo la idea principal. Recuerdo que en *La inteligencia emocional*<sup>30</sup> aparecen citas al comienzo de cada capítulo, por ejemplo, de Aristóteles”.

La predilección por el género de autoayuda, responde a diversos motivos, entre ellos, la presentación formal y la estructura interna de los textos. Por un lado, los libros resultan atractivos visualmente y agradables a los sentidos. Por otro, la diagramación de los párrafos (distribución de sangrías y empleo de subtítulos), el uso de recuadros y citas, otorgan coherencia interna a los textos, y por ende, *ordenan* la lectura.

Por último, Diego<sup>31</sup> subraya el carácter innovador de la literatura en estudio:

“La estructura de los libros es diferente a la de otros que venía leyendo, por ejemplo, de historia. Creo que está bueno salir de lo común, y que el escritor busque herramientas para captar la atención y que no sea tan monótona la lectura”.

Vemos entonces que algunos lectores optan por los libros de autoayuda, en tanto, su estilo y estructura, los diferencian del estilo tradicional de las “obras literarias canónicas” (ensayo, cuento, novela, poesía, etc.). En este sentido, frente a otros formatos, los textos de autoayuda, según su opinión, garantizan una actividad más

---

<sup>28</sup> Según una tesis clásica, en la segunda mitad del siglo XVIII, a la lectura “intensiva” le sucedió otra, calificada de “extensiva”. Esta última se trataba de una lectura “libre, desenvuelta e irreverente” (Cavallo y Chartier, 2011: 52). Por nuestra parte, retomamos la idea de lectura “extensiva” para señalar que se consumen muchos textos y que se pasa con soltura de uno a otro.

<sup>29</sup> Edgardo tiene 42 años, de profesión ingeniero electrónico. Comenzó a leer libros de autoayuda, cuando atravesaba un episodio de estrés debido al ritmo acelerado que exigía su actividad laboral.

<sup>30</sup> Goleman, D. (1995). *La inteligencia emocional*. Buenos Aires: Vergara.

<sup>31</sup> Diego tiene 34 años y es secretario administrativo. Suele leer libros de autoayuda para encontrar el equilibrio entre cuerpo, mente y alma.



interesante o entretenida, y por ello, se describen como lecturas “útiles” y “placenteras”.

### 4.3. Autores “conocidos”

Observamos que, en varios casos, el *reconocimiento público del autor* de la obra también constituye un criterio de selección.

En este punto, cabe distinguir dos nociones centrales: la trayectoria y la popularidad del escritor. La trayectoria, refiere a la imagen que el público se haya formado de él, a partir de las críticas cosechadas por sus publicaciones a lo largo del tiempo. Mientras que, la popularidad se relaciona fundamentalmente a una cuestión económica: la cantidad de ejemplares vendidos. Por lo general, la trayectoria legitima a un autor, le otorga renombre, y por ende, deviene popular. No obstante, en ciertas ocasiones, el reconocimiento de un escritor no se asocia necesariamente a su trayectoria: es el caso de quienes se hicieron “famosos” (aunque sea circunstancialmente) a partir de la publicación de un/os título/s que hayan suscitado un *boom* de mercado.

Los siguientes lectores, opinan al respecto. Por su parte, Andrea<sup>32</sup> explica:

“Me importa sobre todo la trayectoria del autor. Después miro la contratapa para tener una idea de qué es lo que voy a leer”.

Mientras que, Jaime<sup>33</sup> declara:

“Normalmente lo primero que miro es el *background* del autor, su historial, si es conocido o no. Y esto de que sean *best-sellers*, a veces te suma o te resta. Por ejemplo, el libro de Kiyosaki<sup>34</sup> me generó la duda: ‘¿por qué es el libro más vendido?’... pero igual lo compré porque tocaba temas financieros. A los de Bernardo Stamateas me los vienen ofreciendo hace tiempo pero no me atraen, me parece que él no tiene trayectoria”.

La imagen pública del autor, sin dudas, condiciona la selección de los libros. Por ello, no sorprende que cuando las editoriales lanzan al mercado el libro de un escritor “famoso”, imprimen su nombre en una fuente de igual tamaño (e incluso mayor) que la del título del libro: lo que vende es el “nombre”. Esto no varía en el caso de la literatura de autoayuda, un mercado editorial comúnmente asociado a *best-sellers* y estrategias de marketing.

<sup>32</sup> Andrea tiene 26 años y es estudiante universitaria. Leyó libros del género de autoayuda que encontró en la biblioteca familiar, y sus lecturas continuaron por intereses personales.

<sup>33</sup> Jaime tiene 33 años y es profesor universitario. Lee libros vinculados a *management*, inteligencia emocional y liderazgo, que le aportan contenidos para sus clases.

<sup>34</sup> Kiyosaki, R. y Lechter, S. (2009). *Padre Rico Padre Pobre*. Madrid: Santillana.

Sin embargo, hay lectores que no se conforman con la popularidad del autor, sino que procuran obtener otro tipo de información: antecedentes acerca del origen, formación académica y/o trayectoria del escritor. Estas referencias les permiten anticiparse al campo semántico en que se inscribe la obra, los conocimientos disciplinares sobre los que se fundamenta, e incluso ofrecen pistas sobre su composición estilística. Este gesto da cuenta del *trabajo crítico* que desarrolla el lector desde el momento mismo en que accede al material de lectura: los ejemplares que encabezan los índices de ventas y los autores “populares” también pueden ser cuestionados.

## 5. A modo de conclusión: anatomía del texto y modalidades de lectura

Como hemos visto, desde el momento inicial en que se sostiene un libro entre las manos, se establece una relación física entre el cuerpo del libro y el del lector, de allí que la materialidad del libro afecte el contenido de la lectura y las modalidades que adquiere esta práctica.

Pues bien, al interrogar a nuestros interlocutores acerca de la presentación formal de los libros de autoayuda, se reitera la idea de que su anatomía –calidad de encuadernación, tipo de papel, tamaño y volumen, y el diseño gráfico en general– debe resultar agradable al tacto y a la vista: se compra el libro que complace a los sentidos.

Así también, los elementos paratextuales (icónicos y verbales) y la organización interna del texto, emergieron como aspectos relevantes que informan acerca de la naturaleza del impreso. En este sentido, se destacan: títulos atractivos, numerosos subtítulos, decálogos (al final de cada capítulo), cuadros explicativos, ilustraciones, cambios de tipografía, uso recurrente de citas, relación blanco/espacio cubierto por la palabra, y páginas finales en blanco destinadas a las “notas del lector”. Al respecto, de manera amplia, la opinión de los lectores indica que estos recursos lingüísticos y gráficos, organizan el código impreso, facilitan el aprendizaje de los dogmas prácticos y hacen de la lectura una actividad interesante.

En ciertas ocasiones, el reconocimiento público de los autores también constituye un criterio de selección al momento de adquirir un libro. En este punto, se revela parte del trabajo crítico que desarrollan los lectores, quienes no se fían del parámetro de popularidad, sino que cuestionan la calidad de los *best-sellers* e indagan en la trayectoria de sus escritores.

Proponemos, entonces, dos consideraciones respecto de la vinculación entre: formato del libro, género del texto, y modos de lectura. En primer término, las divisiones y señas textuales que guían la lectura (diagramación interna del libro), brindan la posibilidad de leer parcialmente o “saltar” capítulos, sin perder la continuidad del argumento principal. De este modo, podemos decir que los textos de autoayuda están destinados a una lectura “extensiva” (se lee más y más rápidamente). En segundo término, al momento de la selección, los lectores no

sólo tienen en cuenta el diseño editorial del libro, sino también el valor de uso del contenido de información: se privilegian lecturas “útiles” y “placenteras”.

Se trata, entonces, de libros organizados para una *lectura ágil, amena y práctica* (en el sentido de que puede aplicarse a la vida cotidiana). Pues bien, este carácter innovador pareciera responder a las expectativas de un lector que demanda una lectura menos rígida, y que recorre el texto (e incluso saltea capítulos) en búsqueda de algo que le resulte valioso.

Entonces, si consideramos que desde la simple decisión de producir un texto – escribirlo, diseñarlo, establecer su materialidad– se está moldeando su factibilidad de ser leído, es fundamental el estudio de la *dimensión material* (lo que no implica una reducción del libro a sus cualidades físicas) como indicio de las modalidades de lectura puestas en juego.

## Referencias bibliográficas

- ABRAHAM, Tomás (2000): *La empresa de vivir*. Buenos Aires, Sudamericana.
- AMPUDIA DE HARO, Fernando (2006): "Administrar el yo: literatura de autoayuda y gestión del comportamiento y los afectos". *Revista Española de Sociología*, n° 113. Madrid, Federación Española de Sociología, pp. 49-72.
- CANAVIRE, Vanina (2014): *"Cuando leer llena el alma. Representaciones, funciones y efectos de la lectura de autoayuda: el caso de San Salvador de Jujuy"*. Tesis doctoral no publicada, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.
- CANAVIRE, Vanina (2014): "Hacia un paradigma de lectura de géneros masivos: el caso de la literatura de autoayuda". *Álabe. Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*, n° 10. Almería, Red de Universidades Lectoras, pp. 2-18.
- CANAVIRE, Vanina (2013): "Del diván y la lectura: a propósito de los libros de autoayuda como soportes terapéuticos". *Razón y Palabra*, n° 85. Monterrey, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores, pp. 10-30.
- CANAVIRE, Vanina (2013): "Escenas de lectura e Industria Cultural: el caso de los libros de autoayuda". *Comunicación y Sociedad*, n° 19. México, Universidad de Guadalajara, pp. 41-60.
- BUCAY, Jorge (1999): *De la autoestima al egoísmo*. Buenos Aires, Del nuevo extremo.
- BYRNE, Rhonda (2007): *El secreto*. Barcelona, Urano.
- CARNEGIE, Dale (1994): *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*. Buenos Aires, Sudamericana.
- CAVALLO, Guglielmo y CHARTIER, Roger (dir.) (2011): *Una historia de la lectura en el mundo occidental*. Buenos Aires, Taurus.
- CHARTIER, Roger (1994): *Lecturas y Lectores en la Francia del Antiguo Régimen*. México, Instituto Mora.
- DARNTON, Robert (2003): *El coloquio de los lectores*. México, Fondo de Cultura Económica.
- DYER, Wayne (2004): *Tus zonas erróneas*. Barcelona, Debolsillo.
- GLASER, Barney y STRAUSS, Anselm (2008): *Una teoría fundamentada (o básica)*. Santa Fe, Colegio de Traductores de Santa Fe.
- GOLEMAN, Daniel (1995): *La inteligencia emocional*. Buenos Aires, Vergara.
- ILLOUZ, Eva (2010): *La salvación del alma moderna*. Buenos Aires, Katz.
- KALMAN, Judith (2008): "Discusiones conceptuales en el campo de la cultura escrita". *Revista Iberoamericana de Educación*, n° 46. Madrid, Organización de Estados Iberoamericanos, pp. 107-134.

- KIYOSAKI, Robert y LECHTER, Sharon (2009): *Padre Rico Padre Pobre*. Madrid, Santillana.
- LAHIRE, Bernard (comp.) (2004): *Sociología de la lectura*. Barcelona, Gedisa.
- LITTAU, Karin (2008): *Teorías de la lectura*. Buenos Aires, Manantial.
- MANGUEL, Alberto (1998): *Una historia de la lectura*. Madrid, Alianza Editorial.
- MCGANN, Jerome (1991): *The Textual Condition*. Princeton, Princeton University Press.
- MCKENZIE, Donald (2005): *Bibliografía y sociología de los textos*. Madrid, Akal.
- SEMÁN, Pablo (2006): *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*. Buenos Aires, Gorla.
- SEMÁN, Pablo (2007): "Retrato de un lector de Paulo Coelho", en GRIMSON, Alejandro: *Cultura y neoliberalismo*. Buenos Aires, CLACSO, pp. 137-150.
- PAPALINI, Vanina (2008): "La formación de subjetividades en la cultura contemporánea: el caso de los libros de autoayuda". Tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires- Universidad de París 8, Buenos Aires.
- PURDIE, Susan (1994): "Janice Radway, leyendo el romance", en BARKER, Martín y BEEZER, Anne: *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona, Bosch, pp. 165-182.
- RAMÍREZ, Alberto (2009): "¿Por qué se venden los libros que se venden?", en AA.VV.: *Congreso Internacional del Mundo del Libro*. México, FCE, pp. 301-313.
- REGUILLO, Rossana (2000): "Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo". *Revista Universidad de Guadalajara*, n° 17. México, Universidad de Guadalajara, pp. 50-55.
- REGUILLO, Rossana (2007): "Formas del saber. Narrativas y poderes diferenciales en el paisaje neoliberal", en GRIMSON, Alejandro: *Cultura y neoliberalismo*. Buenos Aires, CLACSO, pp. 91-110.
- RIBEIRO, Lair (2006): *El éxito no llega por casualidad*. Barcelona, Urano.
- RÜDIGER, Francisco (1995): *Literatura de auto-ajuda e Individualismo*. Porto Alegre, Ed. Universidade /UFRGS.
- THOMPSON, John (2006): *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México, Universidad Autónoma Metropolitana.