

## **Circulação da ciência: o caso das relações entre o discurso da divulgação científica e o de autoajuda**

### **Circulation of science: the case of relations between the discourse of scientific dissemination and self-help**

**Jane Helen Gomes de Lima**

Universidade Federal de Santa Catarina

[janehelenglima@gmail.com](mailto:janehelenglima@gmail.com)

**Henrique César da Silva**

Universidade Federal de Santa Catarina

[henriquecsilva@gmail.com](mailto:henriquecsilva@gmail.com)

#### **Resumo**

Apresentamos parte de um trabalho em andamento que tem como questão central “quais são e como são produzidas as relações entre o discurso de autoajuda e o discurso que remete à ciência em uma sociedade como a nossa?”. Temos como dispositivo teórico a Análise de Discurso (AD) e construímos um *corpus* de análise com textos disponíveis no *site* da Revista Galileu. Mobilizamos os conceitos de sujeito-leitor, formação imaginária e discurso para interpretar os resultados das análises. Nosso *corpus* foi selecionado e analisado por meio das categorias: diálogo com o público, o verbo ‘poder’ no discurso de autoajuda, o deslocamento que o verbo ‘poder’ sofre no discurso da divulgação científica (DC), enunciados que não apresentam dúvidas e pergunta retórica. Como resultado, percebemos que a DC se apropria dos mecanismos discursivos da autoajuda, tanto quanto a autoajuda se apropria dos mecanismos discursivos da ciência, porém a DC o faz com alguns deslocamentos.

**Palavras chave:** divulgação científica, análise de discurso, autoajuda, Revista Galileu, circulação

#### **Abstract**

We present part of a work in progress that has as central question "what are and how do the relations between the discourse of self-help and the discourse that refers to science in a society such as ours?" We have as a theoretical device the Discourse Analysis (DA) and we constructed a corpus of analysis with texts available on the Galileu Magazine website. We mobilize the concepts of subject-reader, imaginary formation and discourse to interpret the results of the analyzes. Our corpus was selected and analyzed through the categories: dialogue with the public, the verb 'can' in the self-help discourse, the displacement that the verb 'can' suffers in the discourse of scientific dissemination (SC), affirmations that do not present doubts and rhetorical question. As a result, we realize

that CD appropriates the self-help discourse as much as self-help appropriates science, but CD does so with some shifts.

**Keywords:** scientific dissemination, discourse analysis, self-help, Galileo Magazine, circulation

## O dispositivo teórico

A Análise de Discurso (AD) marca uma transformação na noção de leitura em meados dos anos 70. A AD reconhece a materialidade da linguagem, sua opacidade e sua discursividade (ORLANDI, 2012), com isto, utilizando a AD como referencial teórico-metodológico, assumimos que a linguagem não é transparente e que os sentidos não são únicos e/ou intrínsecos às palavras. Baseando-se na AD pensamos que os diversos sentidos possíveis estão relacionados com memórias discursivas, não tendo origem nos sujeitos – sendo essa a descentralização que a AD na relação do sujeito com a linguagem.

A AD nos possibilita observar, compreender e interpretar a língua fazendo sentido quando inscrita na história. Esse dispositivo teórico-metodológico nos possibilita entender que a circulação do discurso de autoajuda (AA) em textos de divulgação científica (DC) faz parte da prática histórica e social da linguagem, parte do trabalho que constitui o homem (ORLANDI, 2015). Fazendo uso desse dispositivo teórico procuramos minimizar a ilusão de transparência de sentidos, buscamos também mostrar que a separação entre áreas tão distintas como a AA e a DC não é tão clara como podemos imaginar.

Este artigo procura revelar um pouco da fluidez das fronteiras discursivas destas duas áreas, fluidez esta que parece estar em desacordo com a sensação de que os lugares empíricos da AA e da DC são bem definidos em uma sociedade como a nossa. O dispositivo da AD nos ajuda a perceber que estas duas áreas se constituem de discursos heterogêneos que têm suas fronteiras fluidas e que se relacionam devido a imaginários que condicionam as posições de sujeitos e as discursividades. Sendo assim, a AD nos possibilita um gesto de interpretação que visa a uma nova prática de leitura, uma leitura que busca não julgar a circulação do discurso da AA em textos de DC, mas sim, entender os mecanismos que possibilitam essa relação.

Escolhemos os artigos do site da *Revista Galileu*, porque esta é imaginada como revista de divulgação científica no Brasil, circulando a ciência através de seu site, revista impressa e pelas redes sociais. Temos percebido um deslocamento na forma de escrita de divulgação dos textos desse site que está se aproximando da forma de escrita da autoajuda, por isso pressupomos que os textos de divulgação científica produzem sentidos afiliados às formação discursiva da autoajuda tanto quanto a autoajuda tem utilizado do discurso da ciência.

Assim, procuramos entender quais são as regularidades e formações imaginárias constituídas em textos desta revista, além de, procurar entender como os sentidos e os sujeitos, nestes textos, são afetados pela língua e como eles se inscrevem na história.

## Compreendendo o funcionamento do discurso de autoajuda

O discurso do poder pessoal (ou “poder interior”) é a marca principal da autoajuda que tem circulado hibridizando-se a outros discursos como o do pensamento positivo, do controle mental, da religião e do esoterismo promovendo a crença no poder da mente (BORBA, 2010). Esse discurso do poder da mente circula reforçando que “por meio da auto-estima e do estímulo de pensamentos positivos é possível, propõe a maioria das obras de auto-ajuda, resolver as mazelas pelas quais passa o sujeito” (DUARTE, 2008, p.12), podendo este alcançar a autorrealização, que é fruto da “transformação de si” (SANTOS e CUNHA, 2015, p.692), muitas vezes exemplificada por meio de relatos de modelos de sucesso.

Relatos de modelos de sucesso “são exemplos a serem seguidos” que fortificam a importância do “cultivo de si” para o alcance da autorrealização. Vale lembrar que a “literatura de autoajuda é “um conjunto de relatos, de manuais, de textos, às vezes multimídia, que ensina como conduzir a vida”” (RUDIGER, 1995 *apud* FELIX, 2013, p.2) e estes relatos de sucesso fazem parte dos mecanismos discursivos da AA.

“Narrar a própria história ou a de outrem, com destaque para os indivíduos que servem como modelos de sucesso e que mudaram de vida segundo seu próprio esforço é uma característica que vem desde os primórdios da auto-ajuda” (SANTOS e CUNHA, 2015, p.692)

Os relatos de modelos do sucesso legitimam o discurso de autoajuda, reforçando e provocando o indivíduo a transformar sua vida através da transformação de si mesmo. Percebe-se então que a “transformação de si” (SANTOS e CUNHA, 2015, p.692) é a característica mais importante do discurso de autoajuda que circula hoje, uma vez que “a ideia da conduta do indivíduo como chave para a própria felicidade” (SANTOS e CUNHA, 2015, p.692) é reforçada por este discurso através dos “conselhos dados, ou instruções prescritas, pelos manuais” (DUARTE, 2008, p.12).

Estas instruções circulam como parte de um discurso terapêutico que foi hibridizado pelo discurso de autoajuda transformando-se no que entendemos como tríade *discurso de autoajuda/terapia/aconselhamento* (FELIX, 2013), o sujeito consumidor da autoajuda, “é, imperceptivelmente, induzido a trabalhar para um sistema de poder, além de se adequar a ele” (FELIX, 2013, p.19) e isso ocorre através da circulação de discursos que “estimulam a identificação com comportamentos moldados às necessidades capitalistas [...]” (FELIX, 2013, p.33) tornando a subjetivação desse sujeito “peça fundamental na reprodução/sustentação de relações assimétricas de poder” (FELIX, 2013, p.33) mantendo e realimentando o poder hegemônico através da cultura de massas.

A cultura de massas se dá, também, a partir do efeito de sentido causado por pronomes. Duarte (2008) analisou em seu trabalho a presença dos pronomes “eu”, “você”, “ele” e “nós”, em um exemplar do discurso de autoajuda. O “eu” presente nos enunciados de textos de autoajuda representaria uma posição do sujeito discursivo ocupada pelo sujeito-enunciador que tem como traço principal de seu perfil identitário, a manifestação de certezas. Assim “o sujeito-enunciador do discurso de auto-ajuda não manifesta incerteza com relação às fórmulas que propõe para seus co-enunciadores” (BRUNELLI, 2004, p.8). Já o “você” representa uma posição do sujeito-leitor que não é ninguém em específico, alcançando, assim, as massas. A identificação do indivíduo-leitor com o sujeito “você”, faz parte do funcionamento do discurso de AA. O indivíduo

precisa ser subjetivado pelo discurso AA, ele precisa se enxergar no “você”, ao qual os enunciados se destinam, assim ele passará a se enxergar naquilo que está sendo enunciado (SANTOS, 2005).

Para Santos (2005) as posições discursivas “eu” e “você” são construídas mutuamente e o uso do pronome “você” retrata um grau de intimidade, pois “o indivíduo que lê enxerga a si mesmo como o destinatário a que um *eu* se dirige” (p.30) e é através desse jogo discursivo que o “eu”, sujeito discursivo do “enunciador (destinador pressuposto), constrói seu projeto de confiança e de adesão do outro, no discurso de auto-ajuda” (PEREIRA, 2006, p.1523).

Outra estratégia discursiva presente em textos de autoajuda foi apontada por Pereira (2006). Trata-se do uso de perguntas retóricas. As perguntas retóricas dentro desse discurso também apresentam um papel na constituição do indivíduo em sujeito ao qual o discurso se endereça como “você”. Pereira também apontou que o uso da pergunta como recurso comunicacional não é uma estratégia atual, já que Aristóteles já o utilizava, como “[...]um modo apropriado de agir sobre o outro” (ibid., p.1524).

## **Seleção do *corpus* de análise**

Construímos um dispositivo analítico a partir do dispositivo teórico, da mobilização dos conceitos de sujeito, formação imaginária e discurso, e de nossa questão de pesquisa e. Fazem parte também de nosso dispositivo analítico os textos encontrados no *site* da *Revista Galileu*, os quais tomamos como objetos simbólicos que intervêm na produção de sentidos. A análise destes textos nos ajudaram a compreender e explicitar seus processos de significação, nos possibilitando “explicitar como o texto organiza os gestos de interpretação que relacionam sujeito e sentido” (ORLANDI, 2015, p.25).

Para a escolha dos textos para análise, foram pesquisadas todas as abas do *site* da *Revista Galileu* em janeiro de 2016, totalizando uma média de 904 páginas. Estes textos foram selecionados, em um primeiro momento pelos títulos, através das abas: Tecnologia, Ciência, Sociedade, Cultura, Blogs e Notícias. As abas: Home, Vídeos e Revista não tiveram nenhum texto selecionado. Consideramos para a seleção dos textos todos e quaisquer títulos que pudessem ser encaixados nas categorias: diálogo com o público, o verbo poder no discurso de autoajuda, o deslocamento que o verbo poder sofre no discurso da divulgação científica, enunciados que não apresentam dúvidas e pergunta retórica. Essas categorias foram criadas a partir de nosso entendimento sobre os mecanismos discursivos principais do funcionamento do discurso de autoajuda.

A escolha do *corpus* de análise teve mais dois momentos em que levamos em conta que o discurso da autoajuda constrói a imagem do sujeito-leitor como sendo “alguém que necessita de uma orientação, seja porque é uma pessoa infeliz, seja porque é uma pessoa insatisfeita com a vida” (BRUNELLI, 2004, p.74-75), como também a regularidade de sentidos produzidos pelos 32 títulos dos textos selecionados da *Revista Galileu* com títulos de livros de autoajuda vendidos no *site* de uma livraria.

Ao final, nosso *corpus* de pesquisa foi composto por 10 títulos que remetem diretamente à ciência.

TÍTULO DO ARTIGO	ABAS
Quer encontrar o amor? A ciência e a tecnologia podem te ajudar	Notícias
5 soluções científicas para controlar sua ansiedade social	Ciência/Notícias
5 técnicas científicas para aprender sem (muito) esforço	Ciência/Notícias
3 maneiras de melhorar sua memória comprovadas pela ciência	Notícias
Seis maneiras cientificamente comprovadas de ser feliz	Ciência/Sociedade/Notícias
Os 5 segredos da felicidade segundo a ciência	Notícias
7 segredos (com base na ciência) para alcançar o sucesso	Notícias
7 passos para ser mais feliz no trabalho, segundo a ciência	Sociedade/Notícias
6 formas de ser a pessoa mais popular do trabalho – garantidas pela ciência	Notícias
A ciência mostra: escrever seus objetivos pode ajudar a alcançá-los	Notícias

Quadro 1: 10 títulos selecionados para compor o corpus de análise

Neste trabalho, apresentaremos apenas as interpretações dos resultados das análises das categorias: o uso da pergunta retórica e o diálogo com o público.

## Interpretação dos resultados das análises

A subjetivação do indivíduo-leitor em sujeito “você”, ao qual o discurso de autoajuda se dirige, faz com que o leitor passe a se enxergar como responsável por seu próprio destino, faz com que ele acredite que tem o poder de mudar a própria realidade (FELIX, 2013; SANTOS e CUNHA, 2015; DUARTE, 2008).

Além disso, o perfil identitário do sujeito enunciador da autoajuda, que seria capaz de “*guiar*” o sujeito-leitor em sua autotransformação, também é construído discursivamente. Este perfil é cria uma imagem de um sujeito confiante, que possui todas as respostas, um solucionador de problemas, uma pessoa segura que tem controle de todos os aspectos de sua vida, “com isso, é reafirmado o perfil identitário do sujeito almejado: aquele que é, ou queira ser formador de opiniões (psicólogos, filósofos e cientistas)” (DUARTE, 2008, p. 69).

A manifestação de certeza, uma das características identitárias do sujeito-enunciador de autoajuda, possibilita a construção da imagem de um sujeito-enunciador portador da verdade e conhecedor dos passos que *levariam* o sujeito-leitor obter os objetivos desejados.

A partir do entendimento sobre alguns dos mecanismos discursivos utilizados pelo discurso de AA, e que foram apresentados anteriormente, percebemos que textos de divulgação científica da *Revista Galileu* possuem discursos heterogêneos

atravessados por estratégias discursivas que remetem ao funcionamento do discurso da autoajuda.

### **O uso da pergunta retórica**

Quando um texto de divulgação científica (DC) traz em seu título uma pergunta no formato “*Quer encontrar o amor?*”, antecipa-se que o sujeito-leitor esteja sozinho e muito provavelmente infeliz com sua situação; esta antecipação também pode ser notada quando no mesmo título apresenta-se uma possível solução “*A ciência e a tecnologia podem te ajudar*”. Através deste enunciado, “*Quer encontrar o amor? A ciência e a tecnologia podem te ajudar*”, podemos compreender que o uso da pergunta retórica (pergunta que não se espera uma resposta) reforça o perfil identitário do sujeito-enunciador da AA que além de antecipar um problema, já oferece uma solução. O uso dessa pergunta no título do texto não representa uma dúvida e sim realça uma afirmação, o sujeito-leitor está sozinho e precisa de ajuda, então essa pergunta “não representa uma real dúvida, por parte de quem as profere, mas ao contrário uma certeza” (PEREIRA, 2006, p. 1524).

O uso de perguntas retóricas não ocorre apenas nos títulos, mas também ao longo dos textos. O uso dessas perguntas pode produzir a sensação de um “*falso diálogo*” com o público. Essa sensação de “*diálogo*” é um mecanismo discursivo capaz de produzir uma sensação de proximidade/intimidade entre o sujeito-leitor com o sujeito-enunciador da AA. Esses “*diálogos*” também podem levar o indivíduo a acessar determinadas memórias referentes à AA, pois à medida que os discursos presentes nesses “*diálogos*” “se inscrevem em redes de memória em que funcionam os conceitos de controle sobre si, poder de ação, mudança de atitude” (SANTOS, 2005, p.53), eles, os diálogos, podem facilitar a significação do indivíduo em sujeito-leitor da AA, e se isso ocorrer, esses diálogos serão tomados como verdades que reforçam ainda mais a imagem do sujeito-enunciador da AA como *portador da verdade*, ao mesmo tempo em que constrói o perfil identitário do sujeito-leitor da AA como alguém que *precisa de orientação*.

Foi observado o uso da pergunta retórica como estratégia discursiva em quatro textos de divulgação científica (“*5 soluções científicas para controlar sua ansiedade social*”, “*3 maneiras de melhorar sua memória comprovadas pela ciência*”, “*Os 5 segredos da felicidade segundo a ciência*” e “*6 formas de ser a pessoa mais popular do trabalho – garantidas pela ciência*”).

Nos enunciados abaixo, podemos apontar novamente a presença do “*diálogo*” através do uso de perguntas retóricas que são direcionadas ao sujeito-leitor dos textos, além disso, podemos também perceber, através dos títulos destes textos, que não era esperada uma resposta para essas perguntas. Esse aspecto é reforçado através dos próprios títulos que já informam que os prováveis discursos, presentes nos textos, indicarão “*soluções e segredos*” ou “*maneiras e formas*” para “*melhorar ou controlar*” aspectos da vida desse sujeito-leitor. É possível perceber que o tom do enunciado parece ser amigável, já que trata de possíveis problemas que o sujeito-leitor possa ter, ao mesmo tempo em que ajuda o sujeito-enunciador da AA a se conectar com o sujeito-leitor, produzindo assim uma imagem de alguém mais próximo, quase um amigo.

[1] “É só pensar em conversar com um desconhecido que seu estômago se revira? Você precisa conferir essas dicas” (5 soluções científicas para controlar sua ansiedade social)

[2] “Você é tímido e precisa conversar com mais gente?” (5 soluções científicas para controlar sua ansiedade social)

[3] “Anda esquecido? Confira essas dicas” (3 maneiras de melhorar sua memória comprovadas pela ciência)

[4] “Você acha que se encaixaria nessas estatísticas? Está se sentindo esquecido?” (3 maneiras de melhorar sua memória comprovadas pela ciência)

[5] “Dúvida? Que bom, isso significa que você tem grandes chances de ser feliz” (Os 5 segredos da felicidade segundo a ciência)

[6] “Não existe nada mais desagradável do que quando alguém esquece o seu nome e você percebe, certo?” (6 formas de ser a pessoa mais popular do trabalho – garantidas pela ciência)

Como já foi comentado, o discurso de autoajuda ao construir a posição do sujeito-enunciador constrói ao mesmo tempo a posição de sujeito-leitor e nesse movimento procura-se construir no sujeito-leitor uma confiança e adesão ao que está sendo enunciado, produzindo assim uma falsa percepção de participação, por isso analisamos também o efeito de diálogo produzido nesses textos.

### **O diálogo com o público**

Ao dirigir-se ao público o discurso do enunciador passa de monológico para um *falso dialógico* e essa falsa participação do sujeito-leitor produz um efeito de proximidade e identificação com o discurso da autoajuda (BRUNELLI, 2004). Essa sensação de proximidade faz com que o sujeito-leitor identifique-se com o que está sendo dito, que ele se sinta compreendido pelo sujeito-enunciador, dessa forma, uma imagem de alguém próximo ao sujeito-leitor é construída, a imagem de alguém que conhece suas necessidades e os entendem, dessa maneira, o sujeito-enunciador passa a ser alguém que é capacitado a ajudar.

Nos enunciados abaixo, podemos perceber um esforço de *incluir* o sujeito-leitor ao que está sendo discutido em cada texto. Podemos perceber que em todos esses enunciados afirmações enfáticas podem levar o público a aderir ao que está sendo dito. O interesse e importância da adesão do público para esse discurso pode ser percebido através do constante uso de pronomes pessoais e possessivos, dos quais destacaremos para esta análise o pronome pessoal “*você*” e seus respectivos possessivos “*seu(s)/sua(s)*”.

O uso da 2ª pessoa “*você*”, às vezes implícito na forma de sujeito elíptico como observado nos enunciados [11] e [13], faz parte “do processo de construção de um sujeito-leitor nesse campo do discurso em que ele mesmo surge como tema central, como o interlocutor com quem se fala, mas também de quem se fala” (SANTOS, 2005, p.12). O uso do pronome “*você*” é uma das condições de produção que possibilita a subjetivação do indivíduo em sujeito-leitor, pois o “*você*” se endereça ao leitor do texto que na verdade não é ninguém em específico. O pronome “*você*” é indeterminado sendo um lugar discursivo vazio (FOUCAULT, 1969 apud SANTOS, 2005) que só é

preenchido através da subjetivação do indivíduo em sujeito-leitor produzindo assim o efeito que “é dele que se trata quando o discurso de auto-ajuda se remete a um certo “você”” (SANTOS, 2005, p.11).

Entendemos que os pronomes possessivos “*seu(s)/sua(s)*” funcionam nesse discurso de forma análoga ao uso do pronome “você”, pois a utilização de ambos os pronomes (pessoal ou possessivo) produz e reforça esse efeito de subjetivação do indivíduo em sujeito-leitor do discurso de AA. A autoajuda ao oferecer um certo *saber*, oferta-o ao sujeito-leitor que através do uso do mecanismo discursivo do “*falso diálogo*” e da subjetivação, possibilita ao sujeito-leitor se enxergar nesse discurso por meio da filiação a determinadas memórias que possibilitam aceitar que os meios apresentados por este *saber* são agora “*seus*” meios, “*suas*” fórmulas para tornar-se alguém capaz de auto-ajudar-se.

[7] “o que **você** precisa é que outros acreditem que **você** é mais extrovertido” (*5 soluções científicas para controlar sua ansiedade social*)

[8] “**Você** sabe o que diz a sabedoria popular: não existe uma fórmula para a felicidade” (*Seis maneiras cientificamente comprovadas de ser feliz*)

[9] “Procure usar o **seu** talento!” (*7 passos para ser mais feliz no trabalho, segundo a ciência*)

[10] “Todo mundo vai querer falar com **você**” (*6 formas de ser a pessoa mais popular do trabalho – garantidas pela ciência*)

[11] “**Não subestime** o poder de uma lista de ideias e vontades” (*A ciência mostra: escrever seus objetivos pode ajudar a alcançá-los*)

[12] “Quando **você** entende a maneira como a vida realmente funciona – o fluxo de energia, as informações e a inteligência que orienta cada momento, começa a ver o incrível potencial desse momento.” (CHOPRA, 2005, p. 15)

[13] “Se **você** já leu *O segredo* esteve alguma vez em meio a um grupo de pessoas com conhecimentos metafísicos, **já sabe** que os pensamentos criam a realidade, ou seja, que existe um poder no universo que pode curar, e que **você** somente você delinea a **suavida**” (GROUT, 2013, p.15)

[14] “O poder de criar a realidade com os **nossos** pensamentos é algo muito fácil e simples. Não há o que discutir” (GROUT, 2013, p.37)

Observamos nos enunciados acima outro efeito de *diálogo com o público*, além do efeito causado pelo uso das perguntas retóricas que foi discutido no tópico anterior. Percebemos que esses enunciados ao mesmo tempo em que fazem com que o sujeito-leitor sintam-se mais próximo, também proporciona uma abertura de o sujeito-enunciador conduzir o público por sua linha de raciocínio, uma vez que este já esteja se enxergando nesse discurso, reforçando assim a adesão desse sujeito-leitor ao mesmo.

## Considerações finais



Acreditamos que os estudos produzidos sobre o funcionamento do discurso de autoajuda nos ajudaram a entender como este discurso se faz presente circulando em textos de uma revista tomada como de divulgação científica. Parece-nos que essa circulação é mais provável de ser observada no discurso da DC do que no discurso científico materializado em artigos científicos e manuais, possivelmente porque, a condição de produção de artigos científicos e manuais é controlada de uma maneira diferente.

Pudemos constatar que os textos de DC analisados procuram a adesão do público através do uso de estratégias relacionadas ao discurso de autoajuda como: o diálogo com o público e o uso de perguntas retóricas. Essas observações são exemplos de como a ciência, ao circular, não se fecha em si mesma, pois percebemos que a forma de escrita da divulgação científica, feita por essa revista, busca através do uso dos recursos do discurso de autoajuda cativar o leitor, convencê-lo, trazendo-o para mais próximo.

Os textos de DC analisados se aproximam de texto de autoajuda através do uso de estratégias discursivas, porém, apresentando também alguns deslocamentos no modo como utilizam esses recursos discursivos.

Acreditamos que os textos analisados aqui ajudaram a entender como ocorre a circulação e a hibridização entre os discursos da autoajuda e os discursos que remetem à ciência através de certos textos “de divulgação científica”. Os textos selecionados possibilitaram mostrar que a separação entre um texto de autoajuda e um texto de divulgação científica pode não ser tão cristalina, pois como os discursos estão se entrecruzando esta distinção não é tão óbvia como imaginávamos.

### **Agradecimentos e apoios**

Agradecemos à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela concessão da bolsa durante todo o período de realização do mestrado do qual este trabalho é um dos produtos.

### **Referências**

BORBA, Jean Marlos Pinheiro. A literatura de auto-ajuda financeira e o capitalismo de consumo. V **ENEC** - Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo, Tendências e Ideologias do consumo no mundo contemporâneo. 2010. Rio de Janeiro.

BRUNELLI, Ana Flora. **“O sucesso está em suas mãos”**: análise do discurso de auto-ajuda. 2004. 164 f. Tese (Doutorado em Linguística). IEL/ Unicamp. São Paulo, 2004.

DUARTE, Sirlene. **Práticas de subjetivação e construção identitária: o sujeito no entremeio da auto-ajuda e da ciência**. 2008. 141 f. Tese (Doutorado em Letras). Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Ciências e Letras: Campus de Araraquara, São Paulo. 2008.

FELIX, Maria de Fatima de Carvalho de Oliveira. **Se tu te ajudas, tu me ajudas:** um estudo crítico da (inter)ação no discurso de autoajuda. 2013. 161 f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade de Brasília. Instituto de Letras: Brasília. 2013.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso:** princípios e procedimentos. Campinas: Pontes editores, 12 ed. 2015.

ORLANDI, Eni P. **Interpretação, autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico.** Campinas: Pontes editores, 6 ed. 2012.

PEREIRA, Julio Neves. Estratégias retórico-discursivas no discurso de autoajuda. **Simpósio de Letras e Linguística.** Instituto de Letras e Linguística (ILEEL). 10 ed. Nov. 2006, p. 1523 - 1533. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/ileel/sumario.html>>. Acesso em: 27. Nov. 2015.

**REVISTA GALILEU** online. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/>> . Acesso em: Fev. 2016.

SANTOS, Adriana Cabral dos. **A construção do referencial para o pronome você:** uma análise discursiva dos títulos de livros de auto-ajuda. Florianópolis: UFSC, 2005. 78f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade de Santa Federal de Santa Catarina, Florianópolis 2005.

SANTOS, Arci Gardênia Alves; CUNHA, Eduardo Leal. O discurso de autoajuda em uma revista semanal de informação. **Revista Psicologia& Sociedade**, 27 (3), p.689-699, 2015.