BOM DEMAIS PARA SER IGNORADO

Amostra

Amostra

CAL NEWPORT

AUTOR DE *MINIMALISMO DIGITAL* E *TRABALHO FOCADO*

BOM DEMAIS PARA SER IGNORADO

Artista

Por que as **habilidades** superam a paixão na busca pelo **trabalho** que você adora

ALTA BOOKS
EDITORA
Rio de Janeiro, 2022

Bom Demais para Ser Ignorado

Copyright © 2022 da Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli.
ISBN: 978-65-5520-222-9

Translated from original So good they can't ignore you: why skills trump passion in the quest for work you love. Copyright © 2012 by Calvin C. Newport. ISBN 978-1-4555-0912-6. This translation is published and sold by permission of Basic Books, an imprint of Grand Central Publishing, a subsidiary of Hachette Book Group, Inc., the owner of all rights to publish and sell the same. PORTUGUESE language edition published by Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli, Copyright © 2022 by Starlin Alta Editora e Consultoria Eireli.

Impresso no Brasil — 1ª Edição, 2022 — Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

N558b Newport, Cal

Bom demais para ser ignorado: por que as habilidades superam a paixão na busca pelo trabalho que você adora / Cal Newport ; traduzido por Michaela Korytowski. – Rio de Janeiro : Alta Books, 2022.
288 p. ; 16cm x 23cm.

Tradução So Good that They Can't Ignore You
Inclui índice.
ISBN: 978-65-5520-222-9

1. Autoajuda. 2. Busca de emprego. 3. Habilidades. 4. Paixão. I. Korytowski, Michaela. II. Título.

2022-1098

CDD 158.1
CDU 159.947

Elaborado por Odilio Hilario Moreira Junior - CRB-8/9949

Índice para catálogo sistemático:
1. Autoajuda 158.1
2. Autoajuda 159.947

Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

A editora não se responsabiliza pelo conteúdo da obra, formulada exclusivamente pelo(s) autor(es).

Marcas Registradas: Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

Erratas e arquivos de apoio: No site da editora relatamos, com a devida correção, qualquer erro encontrado em nossos livros, bem como disponibilizamos arquivos de apoio se aplicáveis à obra em questão.

Acesse o site **www.altabooks.com.br** e procure pelo título do livro desejado para ter acesso às erratas, aos arquivos de apoio e/ou a outros conteúdos aplicáveis à obra.

Suporte Técnico: A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites referidos pelos autores nesta obra.

Produção Editorial
Editora Alta Books

Diretor Editorial
Anderson Vieira
anderson.vieira@altabooks.com.br

Editor
José Rugeri
j.rugeri@altabooks.com.br

Gerência Comercial
Claudio Lima
claudio@altabooks.com.br

Gerência Marketing
Andrea Guatiello
marketing@altabooks.com.br

Coordenação Comercial
Thiago Biaggi

Coordenação de Eventos
Viviane Paiva
comercial@altabooks.com.br

Coordenação ADM/Finc.
Solange Souza

Direitos Autorais
Raquel Porto
rights@altabooks.com.br

Produtor Editorial
Thiê Alves

Produtores Editoriais
Illysabelle Trajano
Larissa Lima
Maria de Lourdes Borges
Paulo Gomes
Thales Silva

Equipe Comercial
Adriana Baricelli
Daiana Costa
Fillipe Amorim
Heber Garcia
Kaique Luiz
Maira Conceição
Victor Hugo Morais

Equipe Editorial
Beatriz de Assis
Brenda Rodrigues
Caroline David
Gabriela Paiva
Henrique Waldez
Marcelli Ferreira
Mariana Portugal

Marketing Editorial
Jessica Nogueira
Livia Carvalho
Marcelo Santos
Pedro Guimarães
Thiago Brito

Atuaram na edição desta obra:

Tradução
Michaela Korytowski

Diagramação
Luisa Maria Gomes

Copidesque
Carlos Bacci

Capa
Marcelli Ferreira

Revisão Gramatical
Fernanda Lutfi
Lyvia Felix

Editora **afiliada à:**

ASSOCIADO

ALTA BOOKS EDITORA

Rua Viúva Cláudio, 291 — Bairro Industrial do Jacaré
CEP: 20.970-031 — Rio de Janeiro (RJ)
Tels.: (21) 3278-8069 / 3278-8419
www.altabooks.com.br — altabooks@altabooks.com.br
Ouvidoria: ouvidoria@altabooks.com.br

Amostra

Sumário

Sobre o Autor vii
Agradecimentos ix
Introdução xiii

Regra 1

Não Siga Sua Paixão

Capítulo Um: A "Paixão" de Steve Jobs 3
Capítulo Dois: A Paixão é Rara 11
Capítulo Três: A Paixão é Perigosa 19

Regra 2

Seja Tão Bom que Eles Não Poderão Ignorar Você

Capítulo Quatro: A Clareza do Artesão 29
Capítulo Cinco: O Poder do Capital de Carreira 43
Capítulo Seis: Os Capitalistas de Carreira 59
Capítulo Sete: Tornando-se um Artesão 75
RESUMO DA REGRA 2 100

Amostra

REGRA 3

Recuse uma Promoção
(Ou a Importância do Controle)

Capítulo Oito: O Elixir do Emprego dos Sonhos 105
Capítulo Nove: A Primeira Armadilha do Controle 115
Capítulo Dez: A Segunda Armadilha do Controle 123
Capítulo Onze: Evitar as Armadilhas do Controle 135
RESUMO DA REGRA 3 142

REGRA #4

Pense Pequeno, Aja Grande
(Ou a Importância da Missão)

Capítulo Doze: A Vida Significativa de Pardis Sabeti 147
Capítulo Treze: Missões Requerem Capital de Carreira 155
Capítulo Quatorze: Missões Requerem Pequenas Apostas 169
Capítulo Quinze: Missões Necessitam de Marketing 183
RESUMO DA REGRA 4 195

Conclusão 197
Glossário 227
Resumos de Perfil de Carreiras 235
Notas 249
Índice 257

Amostra

Regra 1

Não Siga Sua Paixão

Amostra

Amostra

Capítulo Um

A "Paixão" de Steve Jobs

*Na qual eu questiono a validade da **hipótese da paixão**, que diz que o segredo da felicidade profissional é combinar seu trabalho com uma paixão preexistente.*

Amostra

A Hipótese da Paixão

Em junho de 2005, Steve Jobs subiu ao palco do Estádio de Stanford para fazer o discurso da cerimônia de entrega de diplomas para os formandos. Vestindo jeans e sandálias por baixo da beca, Jobs fez um discurso curto, baseado nas lições de sua vida, para uma multidão de 23 mil pessoas. Quando tinha completado um terço do discurso, Jobs deu o seguinte conselho:

> *Você precisa encontrar o que ama… [A] única maneira de fazer um ótimo trabalho é amar o que faz. Se ainda não o encontrou, continue procurando e não se acomode.*

Quando terminou, foi ovacionado de pé.

Embora o discurso de Jobs tenha várias lições diferentes, a ênfase em fazer o que você ama foi o que realmente se sobressaiu. No comunicado oficial que descrevia o evento à imprensa, por exemplo, o serviço de notícias de Stanford informou que Jobs "insistia que os formandos perseguissem seus sonhos".

Logo depois, um vídeo não oficial do discurso foi postado no YouTube e viralizou, conseguindo 3,5 milhões de visualizações. Quando a Stanford postou o vídeo oficial, as visualizações foram mais de 3 milhões. Os comentários no vídeo voltaram-se para a importância de amar seu trabalho e as pessoas que o assistiram resumiam suas reações de maneiras similares:

"A lição mais valiosa é encontrar seu propósito, seguir suas paixões… A vida é muita curta para deixar de fazer aquilo que acha que tem que fazer."

"Siga suas paixões — a vida é para ser vivida."

"A paixão é o motor para você viver a vida."

"[É] a paixão pelo trabalho que realmente conta."

"'Não se acomodem.' Amém."

Em outras palavras, muitas das milhares de pessoas que visualizaram esse discurso ficaram empolgadas ao verem Steve Jobs — um guru do pensamento iconoclasta — colocar seu selo de aprovação em um conselho de carreira tão comum e tão atraente que eu chamo de hipótese da paixão:

Amostra

A Hipótese da Paixão

O segredo para uma felicidade ocupacional é primeiramente descobrir pelo que você é apaixonado e, então, encontrar um trabalho que combine com essa paixão.

Essa hipótese é um dos temas mais em voga na sociedade norte-americana moderna. Aqueles de nós sortudos o suficiente para escolher o que fazer da vida são bombardeados com essa mensagem desde cedo. Dizem-nos para tratar como celebridades aquelas pessoas que têm coragem de seguir suas paixões, e tratar com pena os preguiçosos conformistas que se agarram em um caminho seguro.

Se você duvida que esse tipo de mensagem é onipresente, passe alguns minutos dando uma olhada na prateleira de livros sobre orientação profissional da próxima vez que visitar uma livraria. Após olhar os livros sobre como escrever um currículo e comportar-se em uma entrevista de emprego, é difícil encontrar outros que não promovam a hipótese da paixão. Esses livros têm títulos como: *Career Match: Connecting Who You Are with What You'll Love to Do* e *Do What You Are: Discover the Perfect Career for You Through the Secrets of Personality Type*, e prometem que você está apenas a alguns testes de personalidade de distância de encontrar seu emprego dos sonhos. Recentemente, uma nova e mais agressiva tendência da hipótese da paixão está sendo disseminada — uma tendência que desmerece o tradicional "trabalho de escritório" que são maus por natureza e dos quais a paixão requer que você desista sem nem mesmo pensar. E aí você encontrará títulos como *Escape from Cubicle Nation* que, conforme uma avaliação descreve, "ensina os truques para descobrir o que o faz suspirar".

Amostra

Esses livros — assim como os milhares de blogueiros de tempo integral, orientadores profissionais e gurus autoproclamados que orbitam essas mesmas questões sobre a felicidade no local de trabalho — vendem a mesma lição: *para ser feliz, é preciso seguir sua paixão*. Como já me disse um importante conselheiro de carreira: "faça o que ama e o dinheiro irá segui-lo" se tornou o tema verdadeiro da área de orientação profissional.

Mas existe um problema à espreita aqui: quando enxergamos além dos slogans, que são feitos para nos sentirmos bem, e vamos fundo nos detalhes sobre como uma pessoa apaixonada, a exemplo de Steve Jobs, realmente começou sua carreira, ou quando você pergunta para os cientistas sobre o que de fato prediz um ambiente de trabalho feliz, a questão se torna muito mais complicada. Você começa a encontrar camadas de nuances que uma vez reveladas mostram a frágil convicção da hipótese da paixão, algo que logo levará ao reconhecimento preocupante: **"Seguir sua paixão" pode ser um conselho terrível**.

Foi na época em que eu estava saindo da pós-graduação que comecei a notar essas nuances, o que finalmente resultou na minha completa rejeição da hipótese da paixão e deu início ao meu objetivo de encontrar o que realmente importa para descobrir o trabalho que você ama. A Regra 1 é dedicada a mostrar meu argumento contra a paixão, pois esse vislumbre — de que "seguir sua paixão" é um mau conselho — proporcionará a base para tudo o que se segue. Talvez o melhor lugar para iniciar seja de onde começamos, com a história real de Steve Jobs e a fundação da Apple Computer.

Amostra

Faça o Que Steve Jobs Fez, Não o Que Ele Disse

Se tivesse conhecido o jovem Steve Jobs nos anos que antecederam a fundação da Apple Computer, você não o teria identificado como uma pessoa apaixonada pela ideia de abrir uma empresa de tecnologia. Jobs estudou na Reed College, uma respeitada escola de artes liberais em Oregon, onde deixou os cabelos crescerem e andava descalço. Diferente de outros visionários da tecnologia de sua época, Jobs, quando era estudante, não estava particularmente interessado em negócios ou eletrônica. Em vez disso, ele estudava história e danças ocidentais e se envolvia com o misticismo oriental.

Jobs saiu da faculdade após seu primeiro ano, mas continuou no campus por um tempo, dormia no chão e comia as refeições gratuitas no templo local de Hare Krishna. Sua não conformidade o tornou uma celebridade no campus — um "esquisitão" na terminologia daquela época. Assim como observa Jeffrey S. Young em sua exaustiva pesquisa biográfica, *Steve Jobs: The Journey Is the Reward* de 1988, no fim das contas Jobs estava cansado de ser uma pessoa sem dinheiro e durante o começo da década de 1970 voltou a morar com os pais na Califórnia, convencendo-se de trabalhar em um emprego noturno na Atari. (A empresa chamou a atenção dele por meio de um anúncio no *San Jose Mercury News* que dizia, "Divirta-se e ganhe dinheiro".) Durante esse período, Jobs dividia seu tempo entre a Atari e a All-One Farm, uma comunidade rural localizada no norte de São Francisco. Em um determinado momento, ele deixou o trabalho na Atari por vários meses para fazer uma jornada espiritual mendicante pela Índia e quando voltou para casa começou a meditar seriamente no centro Zen de Los Altos.

Amostra

Em 1974, depois que Jobs retornou da Índia, um engenheiro e empreendedor chamado Alex Kamradt abriu uma empresa de compartilhamento de tempo de computador chamada Call-in Computer. Kamradt procurou Steve Wozniak para que ele projetasse um monitor que pudesse vender para seus clientes acessarem seus computadores centrais. Diferente de Jobs, Wozniak era um verdadeiro gênio da eletrônica, obcecado por tecnologia, que havia estudado na faculdade. No entanto, Wozniak não tinha jeito para os negócios, então deixou que Jobs, um amigo de longa data, cuidasse dos detalhes da negociação. Tudo ia bem até o outono de 1975, quando Jobs saiu para passar uma temporada na comunidade All One. Infelizmente, ele não avisou a Kamradt. Quando retornou, havia sido substituído.

Conto essa história porque essas ações não são de alguém que é apaixonado por tecnologia e empreendimento, embora os fatos narrados tenham acontecido menos de um ano antes de Jobs fundar a Apple Computer. Ou seja, nos meses que antecederam o começo da sua empresa visionária, Steve Jobs era o típico jovem em conflito, buscando iluminação espiritual e envolvendo-se com eletrônica apenas quando esta prometia render dinheiro rápido.

E foi com essa mentalidade que mais tarde, naquele mesmo ano, Jobs deu de cara com sua grande oportunidade. Ele percebeu que os "aficionados por eletrônica" da cidade estavam empolgados com a introdução de kits de computadores que podiam ser montados em casa. (Ele não foi o único que percebeu o potencial dessa empolgação. Quando um certo jovem ambicioso estudante de Harvard viu o primeiro kit de computadores na capa da revista *Popular Electronics*, ele criou uma empresa para desenvolver uma versão da linguagem de programação BASIC para essas novas má-

Amostra

quinas, mais tarde saindo da faculdade para se dedicar aos negócios. Ele chamou essa nova empresa de Microsoft.)

Jobs deu a Wozniak a ideia de projetar um desses kits de placa de circuito de computadores, assim eles poderiam vender para os aficionados ou entusiastas locais. O plano inicial era fabricar as placas por US$25 cada uma e vendê-las por US$50. Jobs queria vender cem placas ao todo e, após deduzir o custo da impressão das placas e a taxa de US$1,5 mil pelo projeto da placa inicial, ele teria um bom lucro de US$1 mil. Nem Wozniak, nem Jobs, deixaram seus empregos habituais. Isso era apenas um empreendimento de baixo risco para os dias livres.

Entretanto, a partir desse momento, a história rapidamente mudou a direção para virar uma lenda. Steve chegou descalço na Byte Shop, uma loja pioneira de computadores de Paul Terrel em Mountain View e ofereceu as placas de circuito para venda. Terrel não queria vender apenas placas simples, mas disse que compraria computadores totalmente montados. Ele pagaria US$500 por unidade e queria 50 o mais rápido possível. Jobs agarrou a oportunidade para ganhar uma quantidade ainda maior de dinheiro e começou a juntar capital. Foi neste inesperado golpe de sorte que a Apple Computer nasceu. Como Young enfatizou: "Os planos deles eram cautelosos e não consumiam muito tempo. Eles não sonhavam em dominar o mundo."

Amostra

As Lições Confusas de Jobs

Eu compartilhei os detalhes da história de Steve Jobs porque quando se trata de encontrar um trabalho que seja gratificante os detalhes são importantes. Se o jovem Steve Jobs tivesse seguido seu próprio conselho e decidido apenas buscar o trabalho que amava, possivelmente hoje nós o encontraríamos como uns dos professores mais populares do Centro Zen de Los Altos. Mas ele não seguiu esse conselho simples. A Apple Computer decididamente não nasceu de uma paixão, em vez disso foi resultado de um golpe de sorte — um projeto que consumia pouco tempo e que de forma inesperada deu certo.

Não duvido que com o tempo Jobs tenha começado a se apaixonar pelo seu trabalho. Se você assistiu algum dos seus famosos discursos de apresentação de produtos, viu um homem que obviamente amava o que fazia. *Mas e daí?* Isso só significa que *é bom gostar do que se faz*. Esse conselho, embora verdadeiro, é quase óbvio e não nos ajuda com a pergunta insistente que realmente nos importa mais: *Como encontrar um trabalho do qual finalmente vamos gostar?* Será que, assim como Jobs, devemos resistir e não nos acomodar em uma carreira rígida e, em vez disso, tentar vários projetos pequenos e esperar que algum deles dê certo? Será que é importante o tipo de áreas de trabalho que exploramos? Como a gente sabe quando continuar com um projeto ou quando desistir dele? Em outras palavras, a história de Jobs gera mais perguntas do que respostas. Talvez a única coisa que fica clara é que, ao menos para Jobs, "siga sua paixão" não foi um conselho particularmente útil.

Amostra