

O DISCURSO DO TRABALHO NA LITERATURA DE AUTOAJUDA: OS 7 HÁBITOS DAS PESSOAS ALTAMENTE EFICAZES, DE STEPHEN R. COVEY, EM ANÁLISEⁱ

Franciele Graebinⁱⁱ

Resumo: Com o mercado de trabalho cada vez mais competitivo e o sujeito cada vez mais fragmentado, a autoajuda afirma-se como uma ferramenta de autoconhecimento e uma tentativa de superação dos problemas. O presente estudo analisa o livro *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes*, de Stephen R. Covey, que promete aos leitores uma mudança de hábitos que proporcionarão uma vida de sucesso profissional. Dessa forma, foi possível relacionar o discurso de autoajuda com a economia e o capitalismo. Às luzes da Análise do Discurso Francesa e alguns de seus expoentes como Foucault, Bakhtin e Orlandi foi possível relacionar a autoajuda com o capitalismo, sendo aquela um servidor deste, neste mundo globalizado em que os sujeitos se sujeitam e seguem as regras do mercado sem questionar, fazendo perder-se a função do signo que é a de luta das classes. Martelli entra aqui com sua classificação dos indivíduos que ajuda a identificar os tipos de leitor para os quais a autoajuda é escrita e o tipo de sujeito a quem ela serve, para que nada saia do lugar e para que o mercado produza mais e melhor. Assim, pode-se considerar a autoajuda como missionária do capitalismo.

Palavras-chave: Autoajuda. Trabalho. Análise do Discurso. Stephen R. Covey.

Abstract: As the work market is more and more competitive and the subject is more fragmented, self-help is claimed as a tool for self knowledge and an is also an attempt to overcome problems. This study analyzes the book “The 7 Habits of Highly Effective People” by Stephen R. Covey, that promises the readers a change of habits which will provide a life of professional success. Thus, it was possible to relate the self help discourse with economy and capitalism. Based on the principles provided by the French Discourse Analysis and some of its exponents, like Foucault, Bakhtin and Orlandi, it was possible to relate self-help with capitalism, being that a server to the latter, in this globalized world in which the subjects are “subjected” and follow the rules of the market without questioning, making the function of the sign which is the fight of classes get lost. Martelli comes in here with her classification of the individuals, which helps to identify the kinds of reader to whom self-help is written and the kind of subject to whom it serves, so that nothing will be out of place and so that the market produces more and better. Thus, self-help can be considered a missionary of the capitalism.

Keywords: Self Help. Work. Discourse Analysis. Stephen R. Covey.

ⁱ Trabalho realizado sob a orientação da Profa. Dra. Grenissa Bonvino Stafuzza.

ⁱⁱ Graduada em Letras pela Universidade Federal de Goiás (UFG), Brasil. E-mail: fg.francielegraebin@gmail.com.

Introdução

O termo *autoajuda* parece intimamente ligado ao termo “individualidade”. Em um mundo globalizado em que tudo está ao alcance das mãos (assim como ao alcance do dinheiro), torna-se cada vez mais difícil se encontrar como indivíduo; e cada vez mais o indivíduo sente necessidade de obter “sucesso na vida” – tanto na vida financeira quanto na vida familiar, pessoal. Se pensarmos na noção de sujeito cunhada nas obras de Foucault (1995; 2009; 2010), a problemática do “se encontrar como indivíduo” ganha peso, pois o sujeito só é sujeito porque se posiciona perante os acontecimentos que lhe atravessam e é por isso que o sujeito foucaultiano é o sujeito da história e do devir (vir a ser) (MARTELLI, 2006).

A palavra “individualismo”, desse modo, não é vista “como sinônimo de egoísmo, de egocentrismo” (MARTELLI, 2006, p. 80), mas sim como a busca do autocentramento que leva o indivíduo a fortalecer sua autoestima a ponto de poder chegar a um “individualismo altruísta” (MARTELLI, 2006, p. 81).

Neste trabalho, pretendemos mostrar a relação que ocorre entre o mundo da autoajuda e do trabalho. Como citado anteriormente, os indivíduos buscam o sucesso pessoal e financeiro, relação essa que, na maioria das vezes, não há como separar. A autoajuda entra aí como a resposta que alia as necessidades do capital com as necessidades individuais (criadas pelo mundo como está: globalizado de forma capitalista). Para tanto, trabalharemos com a vertente da Análise de Discurso Pêcheutiana que envolve o sujeito e os efeitos de sentido no discurso de autoajuda.

Antunes e Alves (2004), no artigo “As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital”, mostram as mudanças que ocorreram nos últimos tempos no cenário do trabalho e, ao contrário do que era previsto, ele não perdeu sua força estruturante na sociedade.

A classe trabalhadora se vê em uma situação mais complexa, muito diferente da vivenciada pelo fordismo e o toyotismo. Porém, é uma classe forte, com poder de estruturar a forma como vemos a sociedade, moldada (ou que dá forma) ao capitalismo, e ao mundo do consumo como vemos hoje. Além disso, o trabalho é um elemento vivo, que mede forças com o processo social capitalista, tornando o cotidiano um campo de disputa entre a alienação e a desalienação.

Tais mudanças que ocorreram – e ocorrem – no mundo do trabalho exigem que os sujeitos se adaptem às novas situações, levando-os a refletir sobre suas ações para que possam se reestruturar (RÜDIGER, 1996).

Para Rüdiger (1996, p. 13), “a literatura de autoajuda constitui uma das mediações através das quais as pessoas comuns costumam construir um eu de maneira reflexiva, gerenciar os recursos subjetivos e, desse modo, enfrentar os problemas colocados ao indivíduo pela modernidade”. Nesse sentido, o mercado de autoajuda é um mercado de fácil acesso, pois os livros são popularizados de forma que as obras chegam com muita facilidade aos leitores. No mais, esses textos não possuem uma estética sofisticada ou marcada pelo cânone literário; isso significa que são fáceis de serem lidos e talvez, por isso, houve a massificação desse tipo de literatura, de modo geral.

Com foco no objetivo do artigo, qual seja: pensar o funcionamento da relação trabalho/autoajuda, faremos a análise do livro *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes*, de Stephen R. Covey, que promete trazer o segredo do sucesso na carreira e na vida pessoal: “A interdependência é um valor mais forte que a independência” (COVEY, 2004, p. 5). Por meio desta análise, pretendemos demonstrar as transferências e jogos simbólicos que ocorrem entre os sentidos e os sujeitos, conforme afirma Orlandi “dos quais não temos o controle e nos quais o equívoco – o trabalho da ideologia e do inconsciente – estão largamente presentes” (2007, p. 59).

1 Autoajuda para o sucesso empresarial: a fragmentação do sujeito

A literatura de autoajuda configura-se como uma confirmação da senda do capitalismo, uma vez que possui uma ligação entre o “ter” e o “ser”, ou seja, obter sucesso é igual a obter felicidade; realização pessoal significa ter realização profissional. No processo de desalienação, o conhecimento dessa relação é extremamente importante, pois só assim o trabalhador pode ser senhor de sua escolha, realmente livre de qualquer influência que não seja a sua própria vontade de agir. É a conscientização do que se passa à nossa volta que nos dá a capacidade de nos conhecermos realmente, realizando-nos enquanto indivíduos dignos e preparados para viver (e não simplesmente sobreviver) nesse mundo capitalista e globalizado.

Nesse sentido, torna-se importante analisar a literatura de autoajuda empresarial, primeiro porque ela é a literatura mais lida no mundo, segundo,

porque analisar seu funcionamento discursivo em relação ao tema do trabalho traz um ganho de pesquisa para a área na qual se insere este estudo, ou seja, a Análise do Discurso Francesa (ADF) em uma relação de diálogo com as Ciências Sociais.

Podemos observar que a autoajuda é o tipo de literatura que mais “vende” na contemporaneidade. Ela funciona como manual, um guia de como proceder em sociedade. Há orientações de como obter felicidade, amor, harmonia familiar, dinheiro, sucesso no trabalho, etc. Este último, em especial, chama atenção por sua grande adesão no mundo empresarial e na vida dos trabalhadores, tornando-se, portanto, objeto deste estudo.

O trabalho e a autoajuda formaram “uma parceria de sucesso” no mundo capitalista. O mundo dos negócios apropriou-se do vocabulário da autoajuda de tal forma que ficou difícil distinguir seus textos das palestras empresariais (MARTELLI, 2006). Várias são as causas apontadas para tal fenômeno: desde a fragmentação dos sujeitos pelo mundo globalizado, a alienação dos indivíduos em decorrência do trabalho precarizado até o afastamento do fantasma do desemprego que assola a classe trabalhadora no mundo inteiro.

Em seu livro *Autoajuda e Gestão de Negócios: uma parceria de sucesso*, Martelli (2006) define o sujeito dos dias em que se vive a mundialização. No capítulo 1, “Um mundo em transição”, vemos as dificuldades que enfrentam os sujeitos para conciliar trabalho, família, lazer, autoestima, reafirmação da personalidade – esta, tão fragmentada – envolta em tantas opções que chega a ser difícil de o indivíduo se definir. A autora define três tipos de indivíduo: “pouco indivíduo”, “muito indivíduo” e “altruísta”.

Os “pouco indivíduos” são aqueles considerados *indivíduos* por serem livres da tradição, família, religião, mas que não conseguem exercer sua liberdade em plenitude. Essa liberdade existe apenas de forma latente, é uma liberdade em potencial, cerceada pelas condições financeiras em que se encontra o sujeito, que o subjuga à aceitação e conformismo das massas. É o “eu como vítima indefesa das circunstâncias externas” (MARTELLI, 2006, p. 59).

Quanto ao indivíduo “muito indivíduo”, trata-se do sujeito que dita as regras do capitalismo. É um ser egoísta, egocêntrico, desumano, o oposto do “altruísta”. São aqueles que “aprendem os mecanismos de funcionamento do jogo e manipulam as cartas em vantagem própria” (MARTELLI, 2006, p. 67).

São os defensores do “cada um por si, Deus por todos” e do “salve-se quem puder” (MARTELLI, 2006, p. 68).

O tipo “altruísta” é o que conhece a si mesmo e vive num processo de escolhas pessoais, sem perder de seu foco o outro, o seu próximo. Esse processo de escolhas auxilia na formação de sua autoestima, que se fortalece para que então esse indivíduo possa agir altruisticamente.

Esses três tipos de sujeito não são encontrados “puros” na sociedade. Encontramos o que seria um “misto” dos três, mas cada qual com uma das características mais proeminente (MARTELLI, 2006). Identificamos na obra *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes* os indivíduos “pouco indivíduos” como público alvo, já que estes não possuem condições de transpor os limites da massificação conformista. Já os indivíduos “muito indivíduos”, de certa forma, também têm forte relação com o conteúdo do livro, pois sendo os que ditam as regras do capitalismo, são os mais favorecidos pelos resultados possivelmente obtidos com a disciplinarização dos sujeitos que se sujeitam a interiorizar os *7 hábitos*.

Contudo, Covey, na obra em estudo, apregoa o altruísmo, dizendo que devemos dominar a arte do “nós”: “A verdadeira grandeza será alcançada por meio da mente abundante que trabalha de maneira altruísta, com respeito mútuo, visando ao benefício mútuo.” (COVEY, 2004, p. 15).

2 A precarização do trabalho

Antunes (2008) nos mostra, em seu artigo *Século XXI: Nova era da precarização estrutural do trabalho?*, que o trabalho já significou “o ponto de partida para a constituição do ser social” (ANTUNES, 2008, p. 1), ou seja, é o labor consciente que nos torna seres sociais plenos. Nesse sentido, podemos afirmar que não somos abelhas executando um trabalho instintivamente, mas sim seres humanos que o idealizam previamente à sua execução. Fazemos sentido por meio de nosso trabalho, uma vez que o trabalho é central na vida dos sujeitos.

Contudo, o trabalho não é a única razão do ser social, e não deve ser fonte exclusiva da existência do homem. A vida humana tem muitas dimensões, e se o trabalho deixa de ter sua característica de “potencial emancipador, ela deve recusar o trabalho que aliena e infelicitiza o ser social” (ANTUNES, 2008, p. 2).

Não é o que acontece hoje com a globalização e a sociedade capitalista que rege nosso modo de viver. O trabalho transformou-se em “mercadoria”. Vendemos nosso potencial de labuta e com ele produzimos mais e valorizamos o capital. É um “trabalho assalariado, alienado, fetichizado” (ANTUNES, 2008, p. 3). Consideramos aqui a definição de Antunes (2008, p. 8) sobre a classe trabalhadora que “compreende a totalidade dos assalariados, homens e mulheres que vivem da venda da sua força de trabalho, a *classe-que-vive-do-trabalho* e que são despossuídos dos meios de produção”.

Encontramos, inclusive na obra de Covey analisada, sinais desta precarização do trabalho, ainda no prefácio, quando ele se direciona aos leitores e aos problemas que eles possivelmente apresentem, tais como: o medo e a insegurança – as pessoas “temem o futuro. Sentem-se vulneráveis no local de trabalho. Receiam perder o emprego e a capacidade de prover a subsistência da família.” (COVEY, 2004, p. 12) – a cultura de competição, a falta de equilíbrio na vida devido ao estresse causado pelo excesso de tecnologia e informação e a ânsia de ser compreendido.

3 Discurso, sujeito e ideologia: entre trabalho e sujeito, a autoajuda empresarial

Para analisar o discurso de autoajuda é necessário entender as bases de orientação que consideramos para o presente estudo provenientes da Análise do Discurso Francesa (ADF). Segundo Orlandi (2007, p. 15) “a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando.”.

Ao partir dessa concepção sobre discurso, a autora observa que a noção de discurso se vincula à noção de movimento, de dinâmica histórica e social da língua. Assim, compreendemos que o discurso é a materialidade da ideologia, a materialidade do discurso é a língua, sendo-nos apresentada a relação “língua-discurso-ideologia” (ORLANDI, 2007, p. 17).

Logo, o analista deve saber diferenciar texto e discurso. O texto remete a um discurso que nem sempre nos é claro à primeira vista. A linguagem não é transparente, portanto, ao fazer análise de discurso, nos atemos ao “como” e não ao “que” o texto significa. Assim, há “um processo discursivo do qual se podem recortar e analisar estados diferentes.” (ORLANDI, 2007, p. 62). É nesse sentido que pensamos a análise do discurso da autoajuda empresarial:

ao tomar o sujeito como um indivíduo homogêneo, a autoajuda empresarial de Covey (2004) retira o elemento social e histórico da condição do sujeito trabalhador. O trabalhador é eficiente ou não a depender de si próprio, e não das condições histórico-sociais a que é submetido em sua vida:

Culpar a tudo e a todos pelos nossos problemas e desafios pode ser uma norma e talvez alivie temporariamente a dor, mas também nos acorrenta a esses problemas. Mostre-me uma pessoa que seja suficientemente humilde para aceitar e assumir a *responsabilidade* pelas suas circunstâncias e corajosa o bastante para tomar qualquer iniciativa necessária para criativamente atravessar ou contornar esses desafios, e eu mostrarei a você o supremo poder da escolha (COVEY, 2004, p. 13).

Percebemos, então, que o discurso é um campo aberto para interpretações e leituras que devem ser feitas para que o ser o utilize como objeto de desalienação e participação social ativa, capaz de promover a transformação de estados de vida indesejados.

Para Foucault (2010), a produção do discurso segue regras e controles que possibilitam procedimentos de exclusão: a *interdição*, a *rejeição* ou *separação* (exemplificada por ele na oposição razão e loucura) e por último a oposição *verdadeiro/falso*. A busca pelo verdadeiro pauta a nossa sociedade pelo que devemos pesquisar, ler, conversar. De acordo com Foucault (2010, p. 18):

Creio que essa vontade de verdade apoiada sobre um suporte e uma distribuição institucional tende a exercer sobre os outros discursos [...] uma espécie de pressão e como que um poder de coerção. [...] Penso na maneira como as práticas econômicas, codificadas como preceitos ou receitas, eventualmente como moral, procuraram, desde o século XVI, fundamentar-se, racionalizar-se e justificar-se a partir de uma teoria das riquezas e da produção.

Notamos, portanto, que o discurso do capital que promove a disciplinarização dos sujeitos marcados pela verdade da “economia” não é novidade. Hoje ela vem em forma de autoajuda, mostrando ao indivíduo que ele é capaz de grandes realizações, de manter o controle de sua própria vida. No livro analisado, vemos a forte influência dessa “verdade” marcada nos 7 *hábitos das pessoas altamente eficazes*: ser proativo; liderança pessoal; administração pessoal; liderança interpessoal; comunicação empática; corporação criativa; autorrenovação equilibrada.

Sob essa perspectiva, faz-se também necessária a compreensão da constituição do sujeito ideológico que Orlandi (2007, p. 46) teoriza a partir de sua leitura dos escritos pêncheutianos: “a ideologia faz parte, ou melhor, é a

condição para a constituição do sujeito e dos sentidos. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer”.

O esquecimento ideológico permite vermo-nos como sujeitos “originais”, com nossas próprias ideias e modo de ser. Porém, esses discursos ideológicos são pré-existentes e nos inserimos neles desde que nascemos. Assim, de acordo com Orlandi (2007, p. 46):

A evidência do sujeito – a de que somos sempre já sujeitos – apaga o fato de que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia. Esse é o paradoxo pelo qual o sujeito é chamado à existência: sua interpelação pela ideologia.

Em contrapartida, o sujeito é quem transforma a língua, o discurso, por meio de sua interpretação, deixando sua marca. Assim se dá o sentido: por meio do sujeito em sua relação com a história, por meio da língua:

Esta é a marca da subjetivação e, ao mesmo tempo, o traço da relação da língua com a exterioridade: não há discurso sem sujeito. E não há sujeito sem ideologia. Ideologia e inconsciente estão materialmente ligados. Pela língua, pelo processo que acabamos de descrever (ORLANDI, 2007, p. 47).

Assim, para Orlandi (2007, p. 49), o sujeito ocupa um lugar, é constituído por um interdiscurso ao qual não possui acesso. Dessa forma, o trabalho ideológico cumpre seu papel quando passa para o anonimato, dando a impressão de seu sentido apenas, produzindo o efeito de literalidade.

Bakhtin (1997) vai mais além:

A lógica da consciência é a lógica da comunicação ideológica, da interação semiótica de um grupo social. Se privarmos a consciência de seu conteúdo semiótico e ideológico, não sobra nada (1997, p. 36).

A consciência do homem é, também, fruto da ideologia; por exemplo, se um humano se esforça para obter sucesso no trabalho em primeiro plano para depois poder “ser feliz”, tal escolha é aceita e até mesmo apoiada na nossa sociedade por causa da ideologia dominante do capitalismo: “ter” supera “ser”; “ter” em detrimento de “ser”.

Aqui, podemos ainda relembrar Foucault, que nos situa no contexto da ideologia demonstrando como ela se impõe por meio da palavra que é aceita e considerada verdade pelos seres sociais:

Em uma sociedade como a nossa, conhecemos, é certo, procedimentos de *exclusão*. O mais evidente, o mais familiar também, é a *interdição*. Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em

qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa. Tabu do objeto, ritual da circunstância, direito privilegiado ou exclusivo do sujeito que fala: temos aí o jogo de três tipos de interdições que se cruzam, se reforçam ou se compensam, formando uma grade complexa que não cessa de se modificar (FOUCAULT, 2010, p. 9).

Ora, essa vontade de verdade, como os outros sistemas de exclusão, apóia-se sobre um suporte institucional: é ao mesmo tempo reforçada e reconduzida por todo um compacto conjunto de práticas como a pedagogia, é claro, com o sistema dos livros, da edição, das bibliotecas, como as sociedades de sábios outrora, os laboratórios hoje (FOUCAULT, 2010, p. 17).

Essa grade complexa que está em constante mutação toma, hoje, forma de literatura de autoajuda, que funciona como uma missionária do capitalismo. Demos o poder a ela de ser aceita, de ser o sujeito que fala, sem oferecer qualquer resistência. Aí é que está o problema apontado por Bakhtin, segundo o qual o signo possui a função de ser a área destinada à luta de classes – aí está sua maior importância. Segundo Bakhtin:

O signo, se subtraído às tensões da luta social, se posto à margem da luta de classes, irá infalivelmente debilitar-se, degenerará em alegoria, tornar-se-á objeto de estudo dos filólogos e não será mais um instrumento racional e vivo para a sociedade (BAKHTIN, 1997, p. 46).

Esse poder que se dá pela forte atração que causa sobre o homem atual é bem explícito nas palavras de Duarte (2009):

O tipo de performance de linguagem que visa a impressionar, a convencer e a levar o sujeito a seguir um modelo prescrito interessa-nos uma vez que parece estar esse sujeito-leitor *capturado* pela imagem de sucesso veiculada nos discursos que compõem essa literatura (2009, p. 249).

A exemplo dessa linguagem, *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes* abrangem a maioria dos princípios fundamentais da eficácia humana. Estes hábitos são básicos, primários. Eles representam a interiorização dos princípios corretos nos quais estão baseados o sucesso e a felicidade duradoura (COVEY, 2004). Tais palavras exercem atração no ser humano que constantemente busca exatamente o que diz o texto: sucesso e felicidade duradoura.

Foucault (2010) desvela as formas de coerção e punição dos indivíduos através dos tempos em sua obra *Vigiar e punir: nascimento da prisão*, mostrando que a humanidade foi transformando cada vez mais punições corporais extremamente severas, para mais brandas, até chegar ao ponto de não haver mais castigos corporais, mas a retirada do indivíduo “errante” da

sociedade (mesmo que por um período). A disciplina entra no jogo do “adestramento” das pessoas para que sigam o que é “certo” de acordo com a visão do capital. Conforme Foucault (2010):

A disciplina ‘fabrica’ indivíduos; ela é a técnica específica de um poder que toma os indivíduos ao mesmo tempo como objetos e como instrumentos de seu exercício (2010, p. 196).

Nos livros de autoajuda, um dos quesitos básicos para se obter “sucesso” é a disciplina, vista como portadora da moral e dos bons costumes que permeiam a vida tranquila na sociedade e satisfazem as regras do capitalismo, determinando que não faltemos ao trabalho, tenhamos responsabilidade e possamos produzir sempre mais.

Administração é disciplina, vontade de fazer direito. A palavra disciplina vem de discípulo - discípulo de uma filosofia, de um conjunto de princípios, de um conjunto de valores, discípulo de um objetivo grandioso, de uma meta ambiciosa ou de uma pessoa que representa esta meta (COVEY, 2004, p. 96).

Desse modo, uma disciplinarização velada acontece no mundo contemporâneo, porém, não tão distante da disciplinarização pensada aqui:

Aquilo que se deve compreender por disciplinarização das sociedades, a partir do século XVIII na Europa, não é, sem dúvida, que os indivíduos que dela fazem parte se tornem cada vez mais obedientes, nem que elas todas comecem a se parecer com casernas, escolas ou prisões; mas que se tentou um ajuste cada vez mais controlado – cada vez mais racional e econômico – entre as atividades produtivas, as redes de comunicação e o jogo das relações de poder (FOUCAULT, 1995, p. 242).

Nossa sociedade vivencia esse controle dos indivíduos feito de forma racional e econômica. Covey, na obra analisada, garante os hábitos que tratam de disciplinarizar o indivíduo e que o levarão a excelência no trabalho, ao sucesso profissional. O cidadão cuidando de ser eficiente por si só, e levando toda a culpa por sua própria ineficiência, independente das condições ou estado de vida a que esteja sujeito na sociedade, é a chave perfeita do controle das “atividades produtivas”, das “redes de comunicação” e do “jogo das relações de poder” (FOUCAULT, 1995, p. 242).

Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes em análise

O livro *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes* chama atenção por sua alta vendagem em muitos anos consecutivos (o que adquirimos, de 2004,

pertence à 29ª edição). Mesmo passados 23 anos da 1ª edição, ele é um sucesso de vendas e considerado essencial para quem faz parte do mundo empresarial. O próprio autor explica esse sucesso no prefácio da edição, respondendo a uma pergunta que lhe fazem:

Os hábitos das pessoas altamente eficazes ainda são relevantes hoje? A minha resposta é a seguinte: quanto maior a mudança e quanto mais difíceis os desafios, mais relevantes tornam-se os hábitos. O motivo é que os nossos problemas e a dor são universais, e estão aumentando, e as soluções dos problemas se baseiam e sempre se basearão em princípios universais, atemporais e óbvios por si mesmos, comuns a toda sociedade duradoura e próspera ao longo da história (COVEY, 2004, p. 11).

Tal afirmação, no mínimo, desperta a curiosidade: que princípios são esses capazes de resolver problemas em qualquer época, em qualquer lugar? Rüdiger (1996) detecta e traz à tona o truísmo presente nos livros de autoajuda, os quais evitam que a maioria das pessoas não se identifique com as regras ou princípios estabelecidos. É essa obviedade indicada pelo próprio Covey (2004): “princípios universais, atemporais e óbvios” que devem reger a vida das pessoas para que obtenham sucesso e resolvam todos os problemas.

Nota-se que a solução dos problemas, conseqüentemente, está ao alcance das mãos de todas as pessoas, ou melhor, está dentro das pessoas, desde que moldem seu caráter e sigam os princípios ensinados. Segundo Silva (2011, p. 6):

Tais manuais oferecem aos seus leitores a promessa de felicidade cujo princípio é o de que cada pessoa tem em seu interior os recursos necessários para chegar ao sucesso, basta seguir as orientações apresentadas, adequando-se, automodelando-se, a fim de atingir determinados objetivos.

Não que isso se dê facilmente(!): “O esforço precisa ser diário, e o processo, respeitado. As pessoas sempre colhem o que semeiam. Não existe atalho” (COVEY, 2004, p. 33). Nesse sentido, tal esforço deve ser empreendido pelo indivíduo na trajetória gradual dos 7 hábitos descobertos pelas observações e experiência de vida de Covey. O primeiro *hábito* trata da *proatividade*, que é a capacidade do indivíduo de tomar, mais do que a iniciativa, as rédeas da vida:

Nosso comportamento resulta de decisões tomadas, não das condições externas. Temos a capacidade de subordinar os sentimentos aos valores. Possuímos iniciativa e responsabilidade suficientes para fazer os fatos acontecerem (COVEY, 2004, p. 91).

A impressão que se tem ao ler tais palavras é a de que somos senhores do próprio destino, e nessa hora não nos sentimos sendo disciplinarizados. Porém, ao continuar a leitura, essa revelação de que temos poder e ‘liberdade’ de escolha está toda relacionada ao trabalho:

As pessoas proativas carregam o tempo dentro de si. Faça chuva ou faça sol, não tem importância, elas avançam graças a seus valores. E se um de seus valores é realizar um trabalho de qualidade, ela não depende de o tempo estar bom ou não (COVEY, 2004, p. 92).

Ou seja, de acordo com o discurso de autoajuda, somos senhores, sim, do nosso destino, em especial para produzirmos mais e melhor, independente das condições de vida em que nos encontremos ou problemas aos quais estejamos submetidos.

Isso significa dizer que só assim atingiremos o sucesso almejado, submetendo nossos sentimentos a valores que rejam nossas vidas e que não nos deixem reagir a estímulos externos que poderiam ‘frear’ nosso desenvolvimento profissional e conseqüentemente uma vida futura dos sonhos. “Uma pessoa só pode dizer ‘Eu escolho isso’ quando se torna capaz de dizer ‘Sou o que sou hoje por causa das escolhas que fiz ontem’” (COVEY, 2004, p. 93).

Ainda relacionado ao tema PROATIVIDADE encontra-se a linguagem que fazemos uso no dia a dia. Não se consegue transformar os próprios princípios utilizando uma linguagem “reativa”. Observemos o quadro que segue (COVEY, 2004, p. 100):

<i>Linguagem Reativa</i>	<i>Linguagem Proativa</i>
Não há nada que eu possa fazer.	Vamos procurar alternativas.
Sou assim e pronto.	Posso tomar outra atitude.
Ela me deixa louco.	Posso controlar meus sentimentos.
Eles nunca vão aceitar isso.	Vou buscar uma apresentação eficaz.
Tenho de fazer isso.	Preciso achar a resposta apropriada.
Não posso.	Eu escolho.
Eu preciso.	Eu prefiro.
Ah, se eu pudesse...	Eu vou fazer.

Como vemos, tudo se trata da maneira de ver a vida e não reagir a ela, mas sim agir, superando os problemas externos de antemão e sem titubear. O

seu salário é baixo? (“Ah, se eu pudesse... ganhar mais”): trabalhe mais, estude mais, mostre que é eficaz (“Eu vou fazer”). A vida baseada na proatividade é uma “mão na roda” para os “muito indivíduos” que nem se dão ao trabalho de motivá-los a trabalhar para que a máquina do capital continue funcionando em perfeitas condições e produzindo cada vez mais. Isso significa dizer que o discurso do capital do “ter” novamente se impõe ao discurso do “ser” e o discurso de autoajuda aparece como forma de validar o dito capitalista: se o indivíduo não “tem”, ele é o único culpado, pois o entendimento é que não houve esforços por parte dele.

O segundo *hábito* trata de “começar com o objetivo em mente”, seguindo o princípio de que tudo é criado duas vezes: a primeira é no pensamento e a segunda no plano físico. Para descobrir o objetivo, devemos, inicialmente, imaginar nosso próprio funeral, com as pessoas que nos são importantes e os discursos que farão a nosso respeito.

O primeiro *hábito*, portanto, trata da liderança, enquanto que o segundo, do gerenciamento:

O gerenciamento é o grau de eficácia necessário para subir mais rápido a escada do sucesso. A liderança determina se a escada está apoiada na parede correta (COVEY, 2004, p. 123).

Para Covey, é como se o indivíduo precisasse escolher um único objetivo (o que vale a pena ser discursado no funeral) e a partir daí basear suas escolhas em princípios que o levem a ter esse sucesso.

Ao trabalhador cabe o objetivo final de “organizar os recursos na direção certa”, já que:

[...] no mundo dos negócios, o mercado muda tão rapidamente que muitos produtos e serviços bem-sucedidos, na preferência e na necessidade popular há poucos anos, ficaram atualmente obsoletos (COVEY, 2004, p. 124).

Ponto para o time dos “muito indivíduos”, que terão um funcionário “sempre alerta”, traçando as metas e objetivos da empresa tendo sempre em vista o mercado consumidor com suas demandas e variações. Mas sabemos que se trata de um ser formatado, homogeneizado, produzido pelo discurso de autoajuda. Diferente disso, sabemos que os sujeitos pertencem ao curso da história (FOUCAULT, 2010) e posicionam-se social e historicamente a partir dos acontecimentos vivenciados. A noção de sujeito em Foucault distancia-se do indivíduo robotizado pensado por Covey em sua obra.

Ainda quanto a “começar com o objetivo em mente” é importante ressaltar que as companhias possuem missões que norteiam as atitudes e a vida da empresa, as quais devem estar ‘impregnadas’ na mente de todos os funcionários que ali trabalham. O trabalhador deve se sentir completamente envolvido com a missão da empresa, para que tudo funcione na mais perfeita ordem:

Um dos problemas fundamentais das organizações, incluindo as famílias, é que as pessoas não se comprometem com as determinações que outras pessoas fazem para suas vidas. Elas simplesmente não as aceitam (COVEY, 2004, p. 172).

Ainda bem, não é mesmo? Contudo, para contornar essa situação de não aceitação, a sugestão do autor é elaborar a missão da empresa em conjunto com os funcionários, que se sentirão profundamente envolvidos com ela. Ao mascarar a função de empregados para a função de membros, colaboradores etc., a empresa cria a falsa ilusão de que os funcionários são mais do que empregados, fazem parte da “família empresarial”: cria-se, portanto, corpos dóceis, sem a vontade da revolta e da resistência perante o movimento do capital empresarial.

Em seguida, o autor apresenta o terceiro *hábito*: *Primeiro o mais importante*.

O gerenciamento eficaz é *fazer primeiro o mais importante*. Enquanto é a liderança que resolve o que é “mais importante”, é o gerenciamento que coloca o mais importante em primeiro lugar, no dia-a-dia, a cada momento. Gerenciamento é disciplina, vontade de fazer direito.

A palavra disciplina vem de discípulo – discípulo de uma filosofia, de um conjunto de princípios, de um conjunto de valores, discípulo de um objetivo grandioso, de uma meta ambiciosa ou de uma pessoa que representa essa meta.

Em outras palavras, se você for um gerenciador eficaz de si próprio, a disciplina vem de dentro, é um produto de sua vontade independente. Você se torna um discípulo, um seguidor de seus próprios valores fundamentais e de sua fonte. E possui a vontade e a integridade para subordinar os seus sentimentos e humores a esses valores (COVEY, 2004, p. 179).

Em outras palavras, a palavra discípulo nos remete diretamente ao sujeito disciplinarizado de Foucault, revelando explicitamente nossa sujeição à ideologia que favorece a produção: seja discípulo de si mesmo, não decepcione a si mesmo.

Para que o sujeito consiga organizar-se e gerenciar o tempo com eficácia, Covey sugere um quadro, uma matriz em que se deve listar e

classificar as atividades diárias. Nessa matriz há 4 quadrantes: I – o que é urgente e importante; II – o que é importante, porém, não urgente; III – o que é urgente mas não é importante e IV – o que não é importante nem urgente (no qual sugere atividades agradáveis, telefonemas inúteis...) (COVEY, 2004). Sua sugestão é de que se despenda a maior parte do tempo no quadrante II, para não sobrecarregar o I. Os quadrantes III e IV devem ser praticamente ignorados, ou seja, seja disciplinado, trabalhe com o que é importante e essencial para seu crescimento profissional dando prioridade ao que for urgente, quando necessário, somente quando for algo importante para você.

Ao conseguir aplicar os três primeiros hábitos e adquirir independência (vitória particular), chega a hora de começar a segunda parte que é o caminho para a interdependência (vitória pública). Logo, o quarto *hábito* leva à interdependência: *Pense Ganha/Ganha*, que consiste em que todas as negociações devem oferecer vantagens para ambas as partes, ou senão é “nada feito” (COVEY, 2004). Com o desenvolvimento deste hábito, a empresa tem um ganho de confiança do empregado, já que terá um acordo com ele de atingir certas metas e ser devidamente recompensado. Afinal, se o funcionário trabalhar mais, a empresa terá mais lucro, o que será refletido em seus proventos; além do que as companhias que introduzem o hábito *Ganha/Ganha* não precisam se preocupar com a supervisão dos funcionários que serão mais autônomos e independentes:

Desenvolver um acordo Ganha/Ganha de desempenho como este é a atividade central da administração. Tendo um acordo firmado, os empregados podem cuidar de si mesmos, a partir das referências deste acordo. O gerente pode então agir como o carro-madrinha em uma corrida. Ele dá início à prova, depois sai do caminho. Seu trabalho, daí em diante, é remover as manchas de óleo (COVEY, 2004, p. 273).

O quinto *hábito* – *Procure primeiro compreender, depois ser compreendido* – apregoa exatamente isso: compreenda o que o outro quer lhe comunicar, não tente atropelar suas palavras com sua própria experiência ou tentar oferecer uma solução pronta que funcionou com você. Só assim será possível “tocar” uma pessoa a ponto de influenciá-la, afinal, todos nós queremos ser ouvidos.

Se você deseja interagir eficazmente comigo, influenciar meus pensamentos – ou os pensamentos de sua esposa, seu filho, seu vizinho, seu chefe, seu colega, seu amigo -, primeiro precisa compreender. E isso não pode ser feito unicamente com base na técnica. Se eu perceber que você está usando alguma técnica, noto

que existe ambiguidade, manipulação. Desconfio dos motivos que o levam a fazer isso. E não me sinto suficientemente seguro para abrir meu coração a você (COVEY, 2004, p. 286).

Essa tão desejada influência é extremamente importante no momento de persuadir os clientes a consumirem, porque é necessário compreender o que as pessoas querem, o que os consumidores esperam dos produtos e serviços que as companhias oferecem.

O sexto *hábito* fala da *sinergia* que é a união das diferenças para criar algo novo, por meio do pensamento *Ganha/Ganha* e da empatia, que criam o ambiente propício para que surja a sinergia, a qual vai gerar resultados eficazes e criativos.

A sinergia não poderia criar um roteiro para a nova geração – uma geração mais voltada para servir e contribuir, que fosse menos protetora, menos antagônica, menos egoísta; uma geração mais aberta, mais confiante, mais confiável; menos defensiva, desconfiada e política; mais amorosa, mais dedicada e menos possessiva e crítica? (COVEY, 2006, p. 317 e 318)

Todas essas aspirações para a nova geração possuem sua razão de ser, afinal, servir, contribuir, colaborar, ser confiante e confiável são ações que devem fazer parte da evolução da humanidade. Porém, deixar de ser políticos, críticos é um grande retrocesso e muito conveniente para quem está no poder e quer deixar tudo como está; ou ainda, podemos pensar no discurso de autoajuda como um alienante de consumo, pois, aqui, a sinergia aparece de modo a abafar as relações de contradições sociais.

Por fim, o sétimo *hábito* – *Afinando o Instrumento* – nada mais é do que a manutenção dos outros seis hábitos, levando em conta “as quatro dimensões de sua natureza – física, espiritual, mental e social/emocional” (COVEY, 2004, p. 346). O sétimo *hábito* aparece como a garantia de manter os hábitos eficazes funcionando em perfeita ordem, diariamente, para que não os deixemos de lado, para que continuemos sempre produzindo da melhor forma possível, sem que, sequer, fiquemos doentes.

Este é o investimento isolado mais poderoso que podemos fazer na vida – investir em nós mesmo, no único instrumento que possuímos para lidar com a vida e contribuir para a humanidade. Somos todos instrumentos para nosso próprio desempenho, e para atingir a eficácia precisamos reconhecer a importância de dedicar algum tempo, com regularidade, para afiar a serra, ou afinar o instrumento, das quatro maneiras (COVEY, 2006, p. 347).

Ao trazer para o indivíduo a responsabilidade de “investir em si mesmo”, o discurso de autoajuda manipula a ideia de que, na verdade, todo o investimento trazido até então diz respeito ao investir a sua força de trabalho na empresa, no capital, na economia. Há, sobretudo, um dizer de sermos plenos se formos “eficazes” e a eficácia se constrói se “dedicarmos algum tempo, com regularidade”. Nesse sentido, o autor traz para o trabalho (trabalhar a si mesmo) a ideia de que somente por ele é que o indivíduo poderá deixar a sua “contribuição para a humanidade”. Nesse sentido, o autor apaga a luta cotidiana dos trabalhadores, inculcando por meio do discurso de autoajuda a ideia de que podemos ser quem queremos ser. Logo, o discurso de autoajuda funciona como um elemento ilusório: emoldura uma outra realidade de trabalho, idealizada e de difícil acesso, pois não traz as dificuldades enfrentadas no dia a dia do trabalhador no ambiente de uma empresa. Nossas condições histórico-ideológicas se fazem presentes nesse discurso de autoajuda e “se constituem relativamente às coerções da formação em que se inscrevem” (ORLANDI, 2007, p. 71).

Considerações finais

Ao tratar sobre o discurso de autoajuda em relação ao tema do trabalho, podemos observar como que os discursos capitalista e econômico transitam na obra de Covey, *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes*. Observamos que o discurso do capital do “ter” camufla o “ser”, no entanto, o presente artigo é apenas uma amostra do que pode ainda ser estudado em termos de discurso de autoajuda empresarial. Nesse sentido, não temos a ilusão de acreditar que este trabalho esteja completo, nem de que aqui se fecha. Observamos que é possível estudar o discurso de autoajuda também considerando a sua confluência com outros discursos, por exemplo, o religioso, que é muito citado na obra em estudo.

Em *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes* há citações do Dalai Lama, Goethe, Aristóteles, entre outros, ou seja, o discurso de autoajuda ainda se apropria de dizeres da espiritualidade, da literatura e da filosofia para se autovalidar. No entanto, quando analisamos de modo mais crítico, podemos observar, por exemplo, no caso da filosofia, que a área não é tendenciosa, não favorece um lado da moeda, mas sim o ser humano em sua integridade de SER HUMANO. A filosofia pode ser convenientemente usada como uma camuflagem, uma lente que muda o foco do leitor para as questões, diga-se

de passagem, ‘nobres’ da vida, mas se observarmos com atenção, veremos que se trata de uma distorção da filosofia para que a autoajuda deixe a sua mensagem: “Somos o que repetidamente fazemos. A excelência, portanto, não é um feito, mas um hábito” (ARISTÓTELES apud COVEY, 2004, p. 62). Fica evidente que Covey utiliza-se de uma citação de Aristóteles para pontuar outro contexto, bem distinto do que foi proposto (e por condições de produção bem distintas também); aqui, o contexto de que a prática dos hábitos por ele mencionada fará do indivíduo um sujeito eficaz. Covey valida o seu dizer ao trazer para o texto de autoajuda a (falsa) ideia de que Aristóteles concordaria com ele, pois exalta a excelência da prática dos hábitos. Logo, devemos desconfiar: será que é de fato nesse contexto que Aristóteles diz o que Covey diz que ele diz?

O discurso de autoajuda empresarial, portanto, é um discurso alienante, pois tenta conduzir o leitor (trabalhador) a ter atitudes práticas de um trabalhador perfeito, um trabalhador de hábitos eficazes, mas não um ser humano pensante, crítico da sua condição pessoal, um questionador atuante da sociedade em que vive. Covey, em *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes*, coloca-se no lugar de alguém que pode ajudar qualquer trabalhador a obter sucesso profissional e, conseqüentemente, uma vida financeira e social de prestígio e facilidades. Porém, podemos observar em seus dizeres que o grande favorecido é o capital, os donos das grandes empresas, o lucro, a máquina que não para de nos dizer o que fazer, comer, vestir, comprar, CONSUMIR.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo; ALVES, Giovanni. As mutações no mundo do trabalho na era da mundialização do capital. **Educação e Sociedade**. Campinas, vol. 25, n. 87, p. 335-351, maio/ago. 2004. Disponível em: <<http://www.cedes.unicamp.br>>. Acesso em: 10 out. 2012.

_____. Século XXI: Nova era da precarização estrutural do trabalho? In: **Seminário Nacional de Saúde Mental e Trabalho** - São Paulo, 28 e 29 de novembro de 2008. Disponível em: <<http://www.fundacentro.gov.br/dominios/CTN/anexos/Mesa%201%20-%20Ricardo%20Antunes%20texto.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2012.

GRAEBIN, Franciele. O discurso do trabalho na literatura de autoajuda: *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes*, de Stephen R. Covey, em análise. **EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n.5, p. 89-107, dez.2013.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

CAMPILONGO, Maria A. A noção de sujeito em Michel Foucault. **Revista Educação, Subjetividade e Poder**, v. 6, p. 63-72, 1999.

COVEY, Stephen R. **Os 7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes**. 29.ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2006.

DUARTE, Sirlene. Literatura de Autoajuda: prática contemporânea de subjetivação. In: SANTOS, J.B.C. **Sujeito e subjetividade: discursividades contemporâneas**. Uberlândia: Ediufu, 2009. p. 245-260.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, Hubert L.; RAVINOW, Paul. **Michel Foucault: uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica** Trad. Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-249.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Trad. Raquel Ramallete. 38.ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

_____. **A ordem do discurso**. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 18.ed. São Paulo: Loyola, 2009.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MARTELLI, Carla Giani. **Autoajuda e Gestão de Negócios: uma parceria de sucesso**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2006.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 7.ed. Campinas: Pontes, 2007.

RÜDIGER, Francisco R. **Literatura de auto-ajuda e individualismo**. Porto Alegre: Ed. da Universidade do Rio Grande do Sul, 1996.

SILVA, Samuel Cavalcante. **Práticas identitárias no mundo contemporâneo do trabalho**. Universidade Federal de Goiás, Campus Catalão, 2011.