



Revista FAMECOS: mídia, cultura e
tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul
Brasil

Loner Coutinho, Lúcia

Autogerenciamento e capital humano em questão

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 20, núm. 2, mayo-agosto, 2013, pp.
540-545

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551014016>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Resenha

Autogerenciamento e capital humano em questão

Self management and human capital in the spotlight

LÚCIA LONER COUTINHO

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS.
<lucialoner@gmail.com>



FREIRE FILHO, João; COELHO, Maria das Graças Pinto (Org.).
A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo.
Porto Alegre: Sulina, 2011.

É fácil pensar no neoliberalismo apenas através de seu viés econômico, esquecendo-se do reflexo cultural de tal doutrina tão arraigada ao mundo globalizado. Uma das formas em que vemos a influência deste ideário econômico, em áreas antes contempladas pelas humanidades, são as teorias do capital humano, que veem o homem como empreendedor de si mesmo, seu próprio capital. A incorporação de tais teorias pela mídia é o tema de *A promoção do capital humano: mídia, subjetividades e o novo espírito do capitalismo*, organizado por João Freire Filho e Maria das Graças Pinto Coelho, professores, respectivamente, da Universidade Federal do Rio de

Janeiro (UFRJ) e da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). O livro traz 13 artigos que versam sobre diferentes formas em que a capitalização das relações e das qualidades humanas têm sido exploradas midiaticamente, pedagogicamente e culturalmente em nossa sociedade.

No artigo que dá início à coletânea, *Capital humano e formação qualificada*, os autores Raquel Paiva e Muniz Sodré versam sobre o desafio econômico da formação da mão de obra qualificada no Brasil ao mesmo tempo em que problematizam a colocação das instituições de ensino como simples celeiros de *capital humano* a serviço do utilitarismo liberal, retirando a função humanista da formação educacional e obrigando a mesma a tornar-se uma peça na engrenagem do mercado. No artigo seguinte, dando continuidade à linha de pesquisa que vêm desenvolvendo a respeito da emergência da cultura da autoajuda, João Freire Filho, em *Sonhos de grandeza: o gerenciamento da vida em busca da alta performance*, discute a absorção da lógica liberal e empresarial em diversos âmbitos sociais. Sustentado por um consistente aparato midiático, o culto da performance incita o sujeito pós-moderno à corporativização de todos aspectos de sua existência. Segundo o autor, “o culto da performance aponta para um devir atlético e empresarial da sociedade, um processo de conversão aos valores supremos da concorrência e da conquista” (2011, p. 40); isto inclui, como cita, relações familiares, que dentro da lógica de alta performance precisam ser otimizadas, transformadas em instrumento estratégico para formar sujeitos eficientes e vencedores, de acordo com as próprias regras liberais.

José Luiz Aidar Prado coloca em pauta os múltiplos enunciados que têm sido construídos na mídia para atender à demanda propositiva da psicologia positiva, que transforma a informação em uma necessidade de prestação de serviço a seus consumidores. Incorporada organicamente pela cultura midiática, esta propositividade sugere a solução dos mais diversos problemas, tanto profissionais como pessoais, que

impedem a completude do indivíduo, com consumo e trabalho – ou mudanças de atitude. A personalização de problemáticas, muitas vezes sociais, constrói, para Prado, uma universalização transclassista, apontando valores restritos às classes mais altas, como válidos e necessários a todas as classes. O autor aponta como, em um país com as desigualdades sociais do Brasil, esta generalização retira imposições econômico-sociais da pauta e transforma o indivíduo no centro de problemas estruturantes do capitalismo globalizado. Edilson Cazeloto, em *Capital humano, trabalho imaterial e monocultura informática*, esmiúça a gênese das teorias do capital humano, que buscam concretizar a ideia de que qualquer conhecimento, formal ou informal, é uma forma de capital. Para o autor, o capital humano somente pode expressar-se como trabalho imaterial – ambos ângulos diferentes da incorporação da subjetividade à produtividade –, o trabalho imaterial, no entanto, está firmado em uma concepção utilitarista do saber, em que este só tem serventia quando é moeda de troca em uma relação capitalista. Dispondo de um arcabouço teórico marxista, Cazeloto acusa a intrínseca relação entre o culto à performance e o “reinado” das teorias do capital humano, uma vez que uma só é possível com as constantes reafirmações de soberania do indivíduo, indicadas pela outra.

Já Rogério Costa, em seu artigo *Redes sociais e capital social: a nova fronteira no neocapitalismo*, discorre em uma perspectiva histórico-sociológica sobre as primeiras teorias das redes sociais, nas décadas de 70 e 80, que pré-datam o que hoje concebemos como redes sociais, e como estas estão ligadas às teorias do capital humano, formando-se sob aspectos econômicos de nossa sociedade. Da mesma forma como no artigo anterior, *Inclusão digital e capital social: implicações de uma relação*, de Sérgio Amadeu da Silveira e Lia Ribeiro Dias, traz o uso da noção de capital social, lembrando que este não é o mesmo que capital humano, mas, sim, as ações dos atores, individual ou coletivamente, dentro das estruturas sociais. Os autores, também, buscam exemplos

de campo para a discussão da inclusão digital como ferramenta de aumento de capital social.

Neste ponto da coletânea, podemos ver ser aberto espaço para artigos em que a experiência teórica, muitas vezes àquela referida em artigos anteriores, é observada empiricamente. É o caso de *Redesenhando os sentidos do capital humano: autonomias táticas, criatividade, liberação e inserção profissional juvenil no Rio de Janeiro*, em que uma nova realidade no mercado de trabalho do século 21, a *slash generation*, é tema de pesquisa para Maria Isabel Mendes de Almeida. *Slash generation* designa uma geração de profissionais que acumula múltiplas habilidades ou funções (como por exemplo publicitário/DJ/chef de cozinha). Tal fenômeno, observado pela autora em sua pesquisa entre jovens adultos de classe média, no Rio de Janeiro, mostra uma flexibilidade e dualidade geracional, em que ganhar dinheiro torna-se tão importante quanto o “fazer o que se gosta”; por isso o acúmulo de funções. Este quadro também demonstra uma flexibilidade de formação, onde a escolaridade convive com um aprendizado permanente, simultâneo com o exercício profissional, um fazer-aprender, chamado pelos jovens profissionais de “virar”. Prática que, para Almeida, “pode estar sendo convertida em valor pelas mudanças recentes do capitalismo rizomático, mas é também remetida ao velho jeitinho brasileiro” (2011, p. 134).

Também situada no campo empírico, está a investigação de Maria das Graças Pinto Coelho, a respeito das negociações de identidade entre jovens em um projeto profissionalizante de inserção social, em *O risco da sacralização da interação no desenvolvimento da cognição em interfaces digitais*. O confronto entre uma possibilidade de mobilidade social através das tecnologias da informação e comunicação, e a vivência distante da experiência digital que a maioria destes jovens (da periferia de Natal/RN) possui, é um dos focos da autora.

A reconfiguração de práticas midiáticas através da cibercultura é um dos temas mais abundantes nos estudos de comunicação hoje. Os aspectos político-econômicos de tais práticas, também, têm sido foco de extenso debate. É, no entanto, a conjunção de tais fatores, aliados à autonomia comunicacional proporcionada pelas tecnologias e à subsequente geração de contradições no sistema capitalista, que movem o artigo de Marcos Nicolau. Citando como exemplos os casos da guerra contra pirataria da *Microsoft*, o processo da *Sony* ao *Pirate Bay* e a perseguição ao *Wikileaks*, o autor discute as incongruências desenvolvidas por um sistema econômico e político que cria e vende as ferramentas e prerrogativas que dão poder a usuários e consumidores, mas barra ferramentas, criadas dentro da mesma lógica, que extrapolam o que é considerado um “uso adequado” para esta cultura tecnológica pelos próprios donos do poder econômico e político. Também vinculado à temática da economia e suas relações com a cibercultura, o artigo de Gisela Castro, *Comunicação, consumo e capital humano: cultura digital e a mercantilização das subjetividades*, problematiza o uso mercadológico das interações via redes sociais.

A performance da felicidade na comunicação e gestão corporativa, outro aspecto iminente do neo-capitalismo, é abordada com Vander Casaqui. O discurso publicitário totalizante (no caso apresentado, da rede Pão de Açúcar de supermercados) que busca fundir os funcionários aos valores que se pretende atribuir a uma marca, exibe uma face da mercantilização da identidade no sistema econômico do qual dispomos, propondo uma entrega plena dos sujeitos a cultura corporativa. O penúltimo artigo da coletânea é *O discurso midiático sobre a responsabilidade do consumidor: vida saudável como objeto de investimento*, de Isleide Arruda Fontenelle. O discurso, do qual Fontenelle fala no título, surpreende, pois pede racionalidade no consumo, em um sistema no qual a política econômica preza e é movimentada pela irracionalidade. Se observarmos tal incitação dentro da lógica do capital humano como riqueza, no entanto, percebemos

a conjugação de valores: “ser um consumidor responsável, em especial pelo seu corpo e pelo seu bem estar mental, apresenta-se como parte do discurso contemporâneo em torno do ‘eu como empreendimento’ que a mídia reflete e reforça”.

A promoção do capital humano encerra-se com um artigo de Michael Hanke sobre as teorias de Vilém Flusser. Hanke busca as teorias pós-históricas do teórico em relação à atual sociedade pós-moderna. Flusser, ainda na década de 1970, antecipava uma realidade presente, teorizando sobre uma sociedade em que o espectador seria também “criador” e modulador. Encerrado o livro, porém, não as conclusões que dele tiramos, podemos refletir sobre as posições e as ligações que cada autor abre sobre o tema e a influência das noções de capital humano na sociedade atual.

O que significa pensar no ser humano como um recurso econômico? A busca por uma cadeia econômica cada vez mais eficiente e competitiva propõe investimentos na performance e rendimento, reservados antes para atletas, assim como o uso de si próprio como empreendimento e investimento; o conhecimento para fins estritamente econômicos e utilitaristas, entre outros aspectos levantados em nossa leitura. Vemos, ao mesmo tempo, o exemplo levantado por Sodré e Paiva, de grandes empresas chinesas – sem dúvidas a economia mais competitiva da atualidade –, no qual a condição e a dignidade humana são desconsideradas. Os exercícios do poder do capital permitem e trazem questões como esta, e muitas outras, que poderiam ser citadas, criando urgências e tendências. Qual o objetivo por trás da propositividade em que a mídia se engaja baseada nas teorias do capital humano, ou quais as consequências culturais e sociais de uma corporativização da vida, entre outros aspectos que muitas vezes se fazem invisíveis, e que têm tomado espaço em âmbitos antes reservados à subjetividade humana. Apontar, sob diversos ângulos, este “novo espírito do capitalismo” e levantar tais questões é o ponto principal que se faz presente no livro de Coelho e Freire Filho. ●