

**A promoção do *capital humano*:
mídia, subjetividade e o novo
espírito do capitalismo**

Conselho Editorial

Alex Primo – UFRGS
Álvaro Nunes Larangeira – UTP
Carla Rodrigues – PUC-RJ
Cristiane Freitas Gutfreind – PUCRS
Edgard de Assis Carvalho – PUC-SP
Erick Felinto – UERJ
J. Roberto Whitaker Penteadó – ESPM
João Freire Filho – UFRJ
Juremir Machado da Silva – PUCRS
Michel Maffesoli – Paris V
Muniz Sodré – UFRJ
Philippe Joron – Montpellier III
Pierre le Quéau – Grenoble
Renato Janine Ribeiro – USP
Sandra Mara Corazza – UFRGS
Sara Viola Rodrigues – UFRGS
Tania Mara Galli Fonseca – UFRGS

**A promoção do *capital humano*:
mídia, subjetividade e o novo
espírito do capitalismo**

Orgs.

João Freire Filho
Maria das Graças Pinto Coelho



Editora Sulina

© Autores, 2011

Capa:

Vinícius Xavier

Projeto gráfico e editoração:

Niura Fernanda Souza

Revisão:

Matheus Gazzola Tussi

Revisão gráfica: Miriam Gress

Editor: Luís Gomes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza – CRB 10/960

P965

A promoção do *capital humano*: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo / organizado por João Freire Filho e Maria das Graças Pinto Coelho. — Porto Alegre: Sulina, 2011.
237 p.

ISBN: 978-85-205-0634-9

1. Meios de Comunicação. 2. Capital Humano – Mídia. 3. Jornalismo.
4. Sociologia. 5. Inclusão Digital. 6. Desenvolvimento Econômico.
7. Educação. I. Freire Filho, João. II. Coelho, Maria das Graças Pinto

CDU: 070
330.54
37
659.3
CDD: 302.23

A grafia desta obra está atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 2009.

Todos os direitos desta edição reservados são reservados para:
EDITORA MERIDIONAL LTDA.

Editora Meridional Ltda.

Av. Osvaldo Aranha, 440 cj. 101 – Bom Fim

Cep: 90035-190 – Porto Alegre/RS

Fone: (0xx51) 3311.4082

Fax: (0xx51) 2364.4194

www.editorasulina.com.br

e-mail: sulina@editorasulina.com.br

Dezembro/2011

Sumário

Apresentação.....	7
Capital humano e formação qualificada	11
<i>Raquel Paiva e Muniz Sodré</i>	
Sonhos de grandeza: o gerenciamento da vida em busca da <i>alta performance</i>	27
<i>João Freire Filho</i>	
De navios a estrelas na construção biopolítica do eu capital	51
<i>José Luiz Aidar Prado</i>	
Capital humano, trabalho imaterial e monocultura informática	73
<i>Edilson Cazeloto</i>	
Redes sociais e capital social: a nova fronteira do neocapitalismo	85
<i>Rogério da Costa</i>	
Inclusão digital e capital social: implicações de uma relação	107
<i>Sergio Amadeu da Silveira e Lia Ribeiro Dias</i>	
Redesenhando os sentidos do <i>capital humano</i> : autonomias táticas, criatividade, liberação e inserção profissional juvenil no Rio de Janeiro.....	119
<i>Maria Isabel Mendes de Almeida</i>	

O risco da sacralização da interação no desenvolvimento da cognição em interfaces digitais	141
<i>Maria das Graças Pinto Coelho</i>	
A autonomia comunicacional na cibercultura e as contradições de um capitalismo tardio	157
<i>Marcos Nicolau</i>	
Comunicação, consumo e capital humano: cultura digital e a mercantilização das subjetividades	173
<i>Gisela G. S. Castro</i>	
Trabalho, consumo e a produção da felicidade: análise das narrativas dos trabalhadores do Pão de Açúcar na campanha “Ingredientes”	187
<i>Vander Casaqui</i>	
O discurso midiático sobre a responsabilidade do consumidor: vida saudável como objeto de investimento	205
<i>Isleide Arruda Fontenelle</i>	
Mídia, cultura e subjetividade. Vilém Flusser e o espírito pós-moderno das novas tecnologias da comunicação	221
<i>Michael Hanke</i>	
Sobre os Autores	233

Apresentação

Pensar o *humano* como uma forma de capital – um recurso econômico aplicável à produção, um patrimônio intangível que, se devidamente mobilizado e gerenciado, pode propiciar ganhos em matéria de bem-estar psicológico e de eficiência produtiva. Hoje em dia, discursos formulados no âmbito da economia, da educação, do *management* e das políticas públicas vêm destacando, sob variados ângulos, a importância estratégica dos investimentos em *capital humano*. Configura-se uma rede dispersa de iniciativas, oficiais ou autônomas, destinadas a fomentar conhecimentos objetivos e competências subjetivas (autoestima; destreza comunicacional; aptidões relacionais; habilidades criativas; atitude empreendedora...) de jovens, líderes corporativos e assalariados, capacitando-os, cognitivamente e emocionalmente, para tornarem-se competitivos em diversas arenas de disputa social.

O desenvolvimento da teoria do capital humano é resultado do esforço convergente de investigação de economistas associados à Escola de Chicago. Pioneiros como T. W. Schultz, Jacob Mincer e Gary S. Becker se empenharam, desde o início dos anos 1950, para transformar a metáfora do *capital humano* em um programa de pesquisa que se disseminaria por diferentes subcampos da ciência econômica. Na definição clássica de Becker ([1964] 1993, p. 11), os investimentos em *capital humano* abarcam “ações que influenciam o rendimento monetário e psíquico futuro através do aumento dos recursos nas pessoas”. Os estudiosos se dedicaram, inicialmente, a analisar a correlação entre padrões de renda ao longo da vida e decisões de investimentos em atividades como escolarização e formação profissional. Todavia, com o decorrer do tempo, a teoria do capital humano passou a ser acionada como um quadro de referência mais elástico, contemplando outras variáveis, debruçando-se sobre toda a gama de condutas e emoções humanas que agregariam valor social para o sujeito e, simultaneamente, poderio econômico para as corporações, incluindo diferentes disposições ou estados motivacionais positivos, como a *autoconfiança* e o *otimismo* (Luthans et al., 2007).

Na opinião amplamente compartilhada de Teixeira (2010, p. 157), a teoria do capital humano fornece “um exemplo efetivo e poderoso da habili-

dade da economia para lidar com questões sociais”. O principal postulado dos pesquisadores da Escola de Chicago é que os *insights* e os métodos analíticos aplicados a fenômenos econômicos *stricto sensu* (como a produção de bens e de serviços direcionada para transações baseadas em contrapartidas monetárias) poderiam ser utilizados para o exame abrangente de inumeráveis aspectos da vida familiar e social, como a educação, o casamento, a divisão de tarefas domésticas, o tempo dedicado aos filhos, o divórcio, a saúde, a criminalidade etc. A transposição da abordagem econômica para tópicos convencionalmente tratados pelas ciências sociais era amparada por um pressuposto fundamental: a ideia de que a ação humana envolve escolhas relacionadas à alocação de recursos raros para fins alternativos, incompatíveis – como o uso do tempo para ingressar no curso X ou Y. Entre os recursos escassos destinados, de modo programático, para conquistas específicas, não figurariam somente os bens materiais que o indivíduo possui (como no quadro da economia marginalista clássica), mas as faculdades de que ele dispõe como sujeito, aquilo que ele é, aquilo que ele pode fazer.

As teorias do capital humano ensinam, pois, uma subjetivação da forma empresa: o *homo oeconomicus* saudado pelos neoliberais não é o parceiro de uma série de trocas no interior das quais ele procura maximizar sua utilidade, mas um “empreendedor de si mesmo”, sendo ele próprio o seu capital, o seu produtor, a sua fonte de rendimentos (Foucault, [1979] 2004, p. 232). Dentro desse novo esquema interpretativo, o indivíduo se afigura como o microcosmo de uma empresa liberal – flexível, dinâmico, estratégico, aberto à concorrência e à competição.

A mídia não se mantém indiferente ao apelo das teorias do *capital humano*. Pelo contrário: sucessivas matérias veiculadas pela imprensa e pela TV indicam ao leitor como gerenciar emoções, afetos, tempo e interações sociais, a fim de incrementar a sua empregabilidade, o seu desempenho, a sua resiliência, a sua popularidade... O caminho para a maximização das potencialidades internas é iluminado, em regra, por diagnósticos e conselhos de psicólogos (clínicos, sociais, educacionais, organizacionais), gurus da administração, profissionais de relações humanas e especialistas em *coaching*. De um modo geral, o discurso competente dos peritos encoraja os indivíduos a atuarem, de maneira sistemática, para acumular competências que os deixarão em posição de vantagem nas relações de concorrência disseminadas, na atualidade, por todas as esferas da vida.

Com o objetivo de aprofundar a reflexão sobre as implicações da mídia na *promoção* (tanto no sentido da divulgação conceitual quanto da sua vinculação com as práticas de fomento) do *capital humano*, organizamos, em novembro de 2011, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, o seminário *A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo*. Os trabalhos elaborados para o evento se encontram reunidos nesta coletânea. Lançando mão de variados objetos empíricos e quadros de referência teóricos (com destaque para as obras de André Gorz, Michel Foucault, Gilles Deleuze, Richard Sennett, Alain Ehrenberg, Luc Boltanski e Ève Chiapello), os participantes da coletânea exploraram, de maneira engenhosa, diferentes facetas do fenômeno proposto para reflexão: 1) a emergência de um modelo educacional calcado numa lógica econômica, a transformação da escola em um dispositivo de fornecimento de *capital humano* para empresas, relegando à obsolescência a doutrina humanista da educação como formação integrada do homem, do cidadão e do trabalhador; 2) o elogio neoliberal a figuras emblemáticas da responsabilização e da autonomia individual, como o *profissional de sucesso* e o *consumidor saudável*; 3) as estratégias mediante as quais a gestão corporativa busca integrar a questão da subjetividade do trabalhador como uma de suas matérias-primas; 4) as táticas vislumbradas pelos jovens para driblar a captura capitalista dos valores da criatividade, da imaginação e da ludicidade; 5) os usos das tecnologias de informação e comunicação como dispositivos que permitem, através da interatividade e do compartilhamento, a expressão das habilidades e das aptidões dos indivíduos de maneira autônoma ou instrumentalizada; entre outras interessantes perspectivas analíticas.

Acreditamos que a abordagem multifacetada da *miditização do capital humano*, além de permitir um entendimento mais denso dos processos de subjetivação configurados pelo novo espírito do capitalismo (cada vez mais fluido e cada vez mais baseado no modelo da *rede*), também poderá iluminar a reflexão sobre a forma como os dispositivos midiáticos afetam os processos comunicacionais e sociais. Quando nos referimos à *midiatização*, estamos pensando em uma ordem de mediações socialmente realizadas, em um tipo particular de interação, que transforma as práticas sociais a partir de um processo de significação que impregna todas as dobras sociais, como é o caso do *capital humano*.

Gostaríamos, por fim, de ressaltar que o projeto de estabelecimento de um diálogo entre pesquisadores vinculados a distintas universidades do Brasil

se tornou viável graças ao efetivo apoio institucional do PROGRAMA NACIONAL DE COOPERAÇÃO ACADÊMICA PROCAD – NF – 2009/ CAPES, que financia o projeto *Interações midiáticas: transformações da comunicação midiática na esfera pública, nos sistemas culturais e na organização da vida cotidiana*, envolvendo equipes de pesquisa da UFRJ, da UFRN e da UFPB. Para a realização do evento, também foi decisiva a colaboração do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB.

João Freire Filho e Maria das Graças Pinto Coelho
Organizadores

Referências bibliográficas

BECKER, Gary S.. *Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. Chicago: The University of Chicago Press, 1993 [1964].

FOUCAULT, Michel. *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France (1978-1979)*. Paris: Seuil/Gallimard, 2004.

LUTHANS, Fred et al. *Psychological capital: developing the human competitive edge*. Oxford: Oxford University Press, 2007.

TEIXEIRA, Pedro Nuno. *Human Capital*, by Gary S. Becker: a reading guide. In: EMMETT, Ross B. (ed.). *The Elgar Companion to the Chicago School of Economics*, p. 152-159. Cheltenham: Edward Elgar, 2010.