

DOI: 105327/Z1519-0617201500010009



## Subjetividade contemporânea em uma sociedade biotecnológica de mercado

*Contemporary subjectivity on a market biotech society*

Ieda Tucheran<sup>1</sup> e Cecilia C. B. Cavalcanti<sup>2</sup>

**RESUMO** Este artigo pretende analisar, através da observação, principalmente, das capas da Revista Veja, o sujeito empreendedor de si ou capital humano na sociedade de mercado determinada pelo processo de precificação da vida, pressupondo, ainda, que vivemos um século que denominamos de biotécnico. Nossa premissa é de que há uma valorização da retórica da autoajuda com o surgimento de campeões de venda de livros neste campo e um aumento considerado das matérias jornalísticas, além da contaminação desta retórica em outras editoriais de mídias informativas. Verificou-se, também, a presença da linguagem de autoajuda em outras editoriais e, na década de 2000, identificamos o surgimento da figura do *líder-coach*, com dois perfis que nomeamos como o aconselhador e o treinador.

**PALAVRAS-CHAVE** sociedade de mercado; autoajuda; biotécnica; coach.

**ABSTRACT** This paper analyzes, mainly through observation of Veja magazine covers, the subject as entrepreneur of himself or as human capital in the market society determined by the pricing process of life, even assuming that we live what we call a biotech century. Our premise is that there is an appreciation of the rhetoric of self-help with the emergence of best-selling books in the field and a considered increase of newspaper articles, as well as contamination of this rhetoric in editorials of other Medias informative. In this case, analyzing the Veja Magazine, through its Digital Archive, we verified the presence of the language of self-help in the others editorials. In the 2000s, we identified the emergence of the figure of the leader-coach, with two profiles that we named as advisor and coach.

**KEYWORDS** market society; self-help; biotech; coach.

---

1 Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) e professora e pesquisadora do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação da UFRJ. E-mail: iedatucheran@gmail.com

2 Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ, bolsista de Pro-doc da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ) no Grupo de pesquisas de Imaginário Tecnológico, Escola de Comunicação da UFRJ. E-mail: ceciliacbc@gmail.com



## INTRODUÇÃO

Nosso século pode ser pensado como biotécnico, uma curiosa conjunção de vida e técnica, termos que em tempos anteriores funcionavam simbolicamente indicando campos separados do conhecimento e da própria experiência humana. Isto o colocaria diante do contraste entre dois modelos: o que tem a ver com a política como biopoder e governabilidade, e o que nasce da técnica. Afinal, há uma diferença radical entre ambos. Faz parte constitutiva da política a ideia da existência indiscutível de limites, seja entre eu e o outro, este ou aquele país, a própria natureza e a cultura. A noção de contrato social com sua relação de direitos e deveres explicita esta realidade e, mesmo que falemos em globalização e na perda de força das fronteiras, a administração dos possíveis continua sendo o princípio da governabilidade.

Ao contrário, a técnica contemporânea repousa sobre o princípio inverso de ausência de limites. É hoje o lugar onde se joga a relação entre o real e o possível. No entanto, as condições foram alteradas: parecemos ter erradicado o impossível, que aparece em novas condições temporais; ou seja, como ainda não possível, ou, principalmente, como economicamente inviável.

Como não podia deixar de ser, isto altera radicalmente nossa ideia de futuro e, por consequência, nossa experiência de presente. Estamos nos referindo a um dos princípios fundadores modernos: o da finitude radical, que atua nos nossos afetos mais viscerais, dentre os quais a angústia, cantada em prosa filosófica e música psicanalítica como fundamental para a constituição da nossa construção subjetiva.

Como já desenvolvemos em textos anteriores (TUCHERMAN; CAVALCANTI, 2013), as conquistas das biociências afetaram diretamente a tal finitude, pelo menos no que tem a ver imediatamente com a morte; basta pensarmos em UTIs, CTIs, bancos de sangue, de sêmem, transplantes de órgãos, etc.,

para que esta fique sob suspeita. O outro lado da finitude está vinculado à desproporção entre o que alcançam os nossos sentidos, tão rigorosamente limitados, em relação ao universo infinito. Nossas próteses biotécnicas ou nossos dispositivos de visibilidade resolveram esta questão: no universo da simulação, estes princípios não afetam a possibilidade de produzir conhecimento e, principalmente, a de alterar a materialidade deste mundo infinito. Ou seja, os limites que definiam a finitude humana foram, em parte, ou totalmente transpostos ou, então, deles conseguimos nos desviar na associação entre cérebro e silício, carne e técnica.

No entanto, este desenho precariamente esboçado implica em várias considerações que buscaremos apontar neste texto. Ao as apresentarmos, podemos mencionar que é perigoso concentrar poderes de escolha e/ou decisão em técnicos e administradores, por especificidade de seu próprio campo profissional; os termos que lhes são familiares falam de recursos, sejam estes técnicos, humanos, ou materiais. Uma vez dependendo do projeto ou da agenda, são intercambiáveis, não havendo obrigatoriamente prevalência de um gênero sobre outro<sup>1</sup>.

O segundo risco associa, como explicita Sloterdijk (2010), que o parentesco entre ciência e capital põe em jogo não apenas o domínio que o capital através de suas maquinarias e do mundo financeiro exerceu sobre os homens. Está em jogo, também, a hegemonia do saber dominante, a racionalidade cognitivo experimental (que forneceu à técnica os instrumentos para escravização de tudo o que

---

1 Verificamos esta configuração nas atuais discussões sobre o futuro da educação; há vários experts que acham que investir na sua melhoria é abastecer de computadores e tablets as escolas, considerando muito pouco a necessidade de valorizar e preparar o universo dos professores. Vivam as máquinas!!!

existe). Esta afirmação concorda e sustenta a que abriu o nosso texto: o mundo biotécnico é regulado por outra relação e, principalmente, por outra sensibilidade, da qual não conhecemos totalmente nem os propósitos nem as consequências.

Um terceiro fator completa o quadro conceitual: é a nova noção de sociedade de mercado que descreve um momento onde a biopolítica encontra a vertente mais mercadológica da sua existência, quando assistimos, incrédulos, ao início de um processo do que poderíamos chamar de precificação da vida.

### Capital humano

É compreensível que, para o universo biotecnológico, pensado em termos de sua lógica técnico-administrativa, a noção de recursos humanos (simultâneos aos recursos técnicos e materiais) se traduza pela noção de capital humano.

Este processo que associa política, vida, economia e tecnologia teria se iniciado bem longe, vislumbrado por Foucault como o momento em que a espécie humana ingressa como aposta no jogo das estratégias políticas, como lemos nas páginas finais da *Vontade de Saber*, primeiro volume da História da Sexualidade:

O homem durante milênios permaneceu o que era para Aristóteles: um animal vivo e, além disso, capaz de existência política; o homem moderno é um animal em cuja política, sua vida de ser vivo está em questão (FOUCAULT, 1984, p. 134).

Neste contexto, ele cunhou os termos de biopoder e biopolítica para designar este tipo de poder que se exerce ao nível da vida, constituído por dois eixos: uma anátomo-política dos corpos, que se ocupa do bom funcionamento do corpo como máquina e de seu adestramento para a produção,

e uma biopolítica das populações, encarregada das regulações das populações, o que inclui longevidade, natalidade, mortalidade, o nível de saúde e as migrações, um conjunto de decisões e escolhas que determinam certos futuros para certos grupos.

Poucos anos depois, no curso que ministrou no *Collège de France* de 1978 a 1979, e que foi posteriormente publicado com o título de *Nascimento da biopolítica* (2008), Foucault acrescenta um dado fundamental para entendermos o nosso hoje, quando anuncia que o homem econômico seria substituído pelo empreendedor de si mesmo, tornando-se um capital humano constituído de elementos que seriam inatos e outros fatores adquiridos. Aí está o que nos interessa: é esta percepção de capital humano, assim como as consequências em torno do que ganhou valor e importância e o que foi desvalorizado.

Ao se tornar empresa, o sujeito teria que investir todo o conhecimento adquirido em si mesmo. Porém e paradoxalmente, conhecer estaria, por definição, fora do eu. Ou como diz Gorz (2005):

o conhecido não pode ser reputado conhecido senão quando posto como um objeto cuja existência nada me deve (p. 79).

Então, se nos detivermos em observar as novas formas de produção, o que se chama com alguma empáfia de economia do conhecimento exige o investimento em si mesmo, ou aquilo que a sociedade empresarial chama de *motivação*<sup>2</sup>. O pressuposto é que o capital humano das empresas é o resultado da soma dos esforços dos empregados que devem se gerir, tendo a empresa como modelo e objetivo e responder pela rentabilidade do seu trabalho.

---

2 Grifo nosso.



Acontece, entretanto, que há um movimento paralelo e complementar ao do balizamento deste capital humano. Trata-se do investimento na concepção na existência de um *self* entendido como uma folha em branco no qual o peso de noções como tradição, identidade ou vínculo não funcionem como peso ou obstrução. O atual *self* ideal tem duas importantes características: flexibilidade para as infinitas adaptações necessárias, e disciplina para manter em alta seu próprio movimento de automotivação. Certamente, isto aproxima a perspectiva do humano ao de um modelo novo de adestramento para o comportamento adequado, que se fará relacionando, segundo o caso, um conjunto de processos constituídos por uma mescla de psicologia motivacional, filosofia pragmática e autoajuda, um campo que se alimenta dos cruzamentos destes saberes recém citados, aos quais se acrescentam ideias vindas do campo religioso e da saúde e práticas nascidas no esporte, especialmente a figura clássica do *coach*, treinador.

Para antecipar, é como se fosse necessário, para ser contemporâneo de verdade, na vida como na empresa, na relação com o mundo, com os outros e consigo mesmo, tanto o adestramento e/ou aconselhamento dado por este treinador de vida como a sua aprovação, necessária para a legitimação da própria atualidade.

Dentro desta nova lógica, produzir a si mesmo requer o investimento em novas habilidades, com objetivo, sobretudo, em operar as informações que são geradas em fluxo contínuo. Ou seja, os indivíduos considerados mais bem preparados para o mercado de trabalho são aqueles que usam seu cérebro como ferramenta, ao invés da sua força física ou habilidade motora (qualidades indispensáveis para os trabalhadores do mundo fordista), que reconhecem a existência da sociedade informatizada e a utilizam em seu dia-a-dia.

Em um mundo da interatividade e do compartilhamento temos, novamente, duas figuras polarizando as relações: o que sabe o que é necessário para a vida atual e/ou o que precisa ser informado, treinado e, de certa forma, protegido. O antigo esquema republicano que distribuía educação em torno de uma utopia (a saber, um emissor qualificado para todos os cidadãos) foi atualizado; um treinador/aconselhador preparado para os que efetivamente quiserem ser contemporâneos. Podemos falar em compartilhar, uma vez que não se percebe nenhuma relação de segredo. No entanto, e este é um dos nossos fortes pressupostos, há uma distribuição clara de papéis não intercambiáveis e um resultado de fácil observação: a infantilização daquele que deve ser adestrado para ser realmente contemporâneo.

Poderemos observar, também, que, ao pensar na retórica de autoajuda que impregna as mídias, surgem palavras chaves como compartilhamento ou cooperação, que passam a fazer parte do vocabulário deste empreendedor de si. Mas como acabamos de dizer, compartilhamento tem um sentido preciso, não envolve troca de papéis. Assim, vai ser necessário também constituir-se de habilidades específicas que venham a facilitar a conquista do *self* ideal, pressupondo-se criatividade, uma relação cognitiva com a experiência, intuição e práticas, discernimento e, sobretudo, “aspectos não sistêmicos e das relações entre indivíduos” (VELTZ, 2001, p. 67).

Não é a soma do trabalho dos indivíduos que conta, mas a qualidade e a pertinência das comunicações amarradas em torno do sistema produtivo (GORZ, 2005, p. 18).

O *coach* vai precisar, ainda, da qualidade de coordenação; pois, afinal, vive-se numa sociedade do saber—informação, levando os trabalhadores

pós-fordistas a usarem toda a bagagem cultural adquirida na vida social. Significa dizer que estes novos trabalhadores são compostos pelas habilidades adquiridas nas atividades fora do ambiente de trabalho, quando exercemos nossa vivacidade e capacidade de improvisação e cooperação.

O centro do coração de valor é o trabalho imaterial [...] e repousa sobre as capacidades expressivas e cooperativas (GORZ, 2005, p. 19).

Como consequência direta destas novas relações, podemos supor que os parâmetros de avaliação deste empreendedor de si será sua maior capacidade de conquistar uma melhor existência social, aliada a uma qualidade de vida individual, o que implica em ambos os casos em sucesso profissional, pessoal, social, psíquico e financeiro.

### Mídia, comportamento e autoajuda

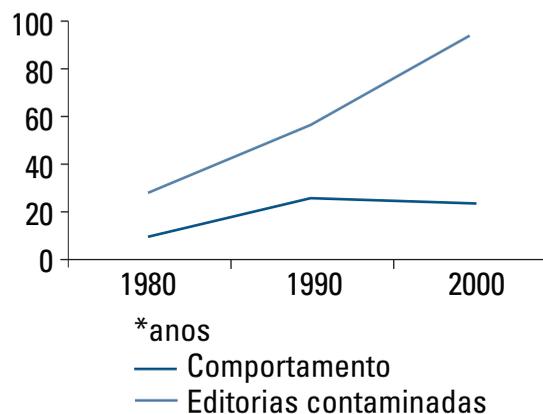
Nosso campo de observação foi a Revista *Veja*, a partir de seu Acervo Digital, fundada no mítico ano de 1968, a de maior circulação no Brasil e a terceira do mundo<sup>3</sup>. Nos concentramos. Especificamente, a partir dos anos 1980, quando já podemos falar em matérias sobre comportamento no sentido mais específico; as mais frequentes neste momento serão as vinculadas à saúde e à beleza e à regulação das finanças, a veia mais pragmática da autoajuda.

Ao observar as capas e matérias produzidas, verificamos a presença deste empreendedor de si mesmo em dois momentos e em duas mudanças bastante ilustrativas. Para começar, um aumento de matérias da editoria de comportamento, quase inexistentes no início e, depois, o aumento da sua presença numérica, assim como o contágio que

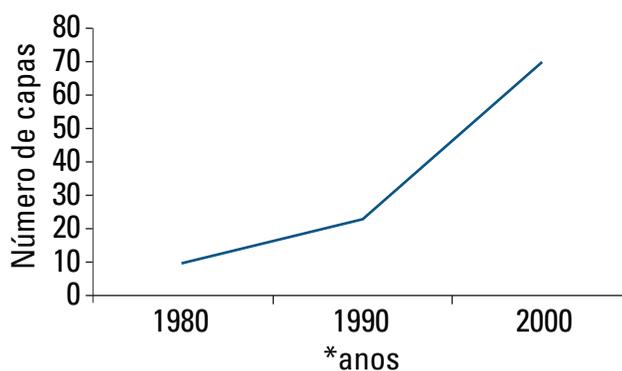
exerce nas outras editorias, especialmente depois dos anos 1980, como demonstra a Figura 1.

O segundo momento aparece na virada dos anos 1990 para o segundo milênio, onde o repertório e a retórica da autoajuda começam a contagiar a editoria de comportamento mas também outras editorias como vemos na Figura 2.

Outro dado material importante é que a Revista *Veja*, na sua relação com o campo de informação sobre o mercado de livros, abre em 1996 uma janela específica para estes títulos, seguindo a Newsweek, que havia considerado que, se isto não fosse feito,



**Figura 1: Crescimento da retórica da autoajuda em outras editorias analisadas na Revista *Veja***



**Figura 2: Número de capas da Revista *Veja* contaminadas pela retórica de autoajuda**

<sup>3</sup> [www.veja.com.br/AcervoDigital](http://www.veja.com.br/AcervoDigital)



nunca mais um livro de não-ficção teria destaque. Neste movimento, a Revista *Veja* informa e legitima, transformando esta atração em uma lei do mercado de imprensa e editorial (Figura 3).

Nas três primeiras listas, o livro *Inteligência Emocional*, de Daniel Coleman ficou em primeiro lugar. De todo modo, o mesmo livro se mantém na lista dos dez mais até a edição de 1998. Ao dar uma rápida passada de olhos, trata-se substancialmente daquilo que desenvolvemos acima quando nos referimos ao trabalho imaterial e suas necessidades de adaptação para os referidos novos indivíduos e

trabalhadores. O que se busca apresentar neste livro de sucesso é que a racionalidade iluminista não dá conta do que tornou-se mandatário neste universo novo: uma existência social realizada e qualidades de vida individuais ressaltadas apontam para uma necessidade de coordenação da vida psíquica e, neste momento, começamos a ver com nitidez um novo arranjo: a disputa de espaço no mundo social e midiático entre os saberes ligados ao mundo do conhecimento psicológico, tais como psicanálise e terapias e um conjunto pragmático de regras fornecido pelo universo da autoajuda.



Figura 3: Lista dos livros mais vendidos na categoria autoajuda e esoterismo na Revista *Veja*

Nesta lista, destaca-se também o livro *O Segredo*, de Ronda Byrne, lançado no final de 2006, que vendeu mais de quatro milhões de exemplares só nos Estados Unidos e 1 milhão e meio no Brasil, tendo figurado dois anos seguidos como o mais vendido na categoria autoajuda, 2007 e 2008. Já o comentamos em artigo anterior<sup>4</sup>, lembrando a vida dramática da autora que foi abandonada criança pela mãe e contraiu um câncer, do qual se curou com a prática disciplinada deste segredo que compartilha no livro: *Pense Positivo*. Antes do livro, Ronda tinha produzido um DVD onde vemos aplicadas as regras mais comuns da retórica comunicacional: entreviste pessoas de reputação ilibada, líderes reconhecidos no campo das ciências. Assim, físicos, neurocientistas e outros secundam a argumentação da autora, dando-lhe credibilidade e prestígio. O curioso é pensar nas consequências: se para nos curarmos, o mais importante é a capacidade psíquica de crença, talvez não seja assim tão importante investir em pesquisa científica, o que deixaria tais cientistas um pouco deslocados deste foco de liderança. Mas isto é propriamente o segredo da autoajuda: a pragmática imediatista; pensar em consequências gerais e políticas é o campo de outra forma de atuação.

O livro que está há mais tempo nesta lista é *O Monge e o Executivo: uma história sobre a essência da liderança* (1998), de James Hunter, há 403 semanas entre os mais vendidos. Num mundo que tem a velocidade e a efemeridade como princípios isto é efetivamente espantoso. Um livro sobre liderança que merece uma atenção especial.

O livro narra a história de John Daily, um executivo bem sucedido, técnico voluntário de um time de

beisebol, casado e pai de dois filhos. Posteriormente, este executivo bem sucedido tornou-se um monge beneditino e foi esta mudança que interessou ao autor. Por ter vivido um momento de crise no trabalho, com a esposa e com os filhos, John começa a ver que nem tudo estava como planejava. Diante disso, resolve se aconselhar com o pastor de sua igreja, que o indica a participar de um retiro num pequeno e relativamente desconhecido mosteiro cristão chamado João da Cruz, localizado perto do lago Michigan.

Durante as aulas ministradas, o grande debate estabeleceu-se na análise da diferença entre poder e autoridade e o conceito de liderança. Modelos de liderança foram apresentados e o monge Len, o mestre, afirmava que a autoridade demanda o respeito e a paciência como algumas de suas principais características. Importa para um líder o que ele faz e não o que ele sente, ou seja, ele pode odiar uma *pessoa*, no entanto, pode agir com amor. Sobre o ambiente, foi ressaltada a importância do bom cultivo para uma boa colheita, já que só podemos colher os frutos que plantamos, e, no âmbito profissional, o ambiente de trabalho tem que ser saudável para estimular os funcionários.

Se buscarmos a semelhança entre os líderes que conhecemos, o que é apresentado é que, embora existam múltiplas definições para a liderança, é possível encontrar dois elementos comuns em todas elas: por um lado é um fenômeno de grupo e, por outro, envolve um conjunto de influências interpessoais, exercidas num determinado contexto através de um processo de comunicação humana com vista à conquista de determinados objetivos específicos. Portanto, as funções de liderar implicam em influenciar pessoas gerando a motivação necessária para por em prática o propósito definido pela estratégia.

Importa ressaltar que, mesmo num mosteiro, o que se busca é balizar o comportamento, as influências do meio e nossas escolhas nos negócios e na

4 No texto *Mídia, autoajuda e biopoder* publicado na revista FAMECOS de agosto de 2012.



vida. Assim, Hunter sugere que o líder de hoje é muito diferente do de antigamente, pois ele deve ser muito mais um sábio do que um técnico e acompanhar todas as mudanças. Além disso, antes o bom Líder era aquele que sabia conduzir, e hoje ele deve saber compartilhar e investir nas pessoas para que elas deem o melhor de si mesmas.

Outro exemplo ligado à discussão sobre a liderança contemporânea e sua relação com esta Era do coletivo ou do trabalho em equipe, encontramos na atuação do técnico de vôlei masculino, Bernardo Rocha de Rezende, conhecido como Bernardinho. Seu sucesso veio em 2006, quando o Brasil torna-se bicampeão mundial de vôlei masculino, levando os brasileiros a descobrirem que o país não se resumia a somente em um esporte: o futebol.

No relato da Revista *Veja*, edição de 13 de dezembro de 2006<sup>5</sup>, a vitória e a supremacia da equipe brasileira se devem fundamentalmente ao fato dos jogadores, através de seu treinador, terem se adaptado melhor às novas regras do esporte. Dentro da estratégia desenvolvida pelo técnico, estava a escolha de um líder dentro de quadra, aquele que, mais seguro, fica responsável pelas “bolas difíceis”.

Bernardinho, no caminho do sucesso no esporte, lança neste mesmo ano, o livro *Transformando Suor em Ouro* (2006), também citado posteriormente como um dos títulos de autoajuda mais vendidos, segundo a lista da *Veja*; assim como passa a ser requisitado como palestrante motivacional em empresas. Rapidamente, o livro ressalta que estar preparado para qualquer coisa é a base do sucesso. Para isso, o técnico ressalta que a “disciplina não é somente impor e seguir regras rígidas. É, sobretudo, obter o envolvimento de todos numa mesma dinâmica de trabalho”. Para que isto ocorra, o papel do líder é

fundamental na busca de tirar o máximo de cada um, pensando somente no melhor para a equipe.

Neste caso, identifica-se o líder-*coach*, aquele que trabalha com as características individuais de cada um para a melhor performance coletiva. Ao mesmo tempo duro em suas convicções, o líder-*coach* assume a derrota para si e divide a vitória entre todos. Ressalta-se que o vôlei foi o primeiro esporte brasileiro a se organizar como empresa, dividido em unidades de negócios e metas bem definidas. Patrocinado por grandes empresas, sendo a maior o Banco do Brasil, a Confederação Nacional gasta anualmente uma média de 30 milhões de reais com o esporte.

### Retórica da autoajuda

Após a análise das Matérias de autoajuda e daquelas contaminadas por seus temas e tratamentos, identificamos três eixos retóricos principais, que parecem normamente em separado, e, em certas ocasiões, produzindo algumas combinações especiais.

Primeiro, o estilo imperativo, do tipo “faça, coma, exercite-se” (Figura 4). Esta matéria cumpre um duplo papel: ao mesmo tempo que aponta para o que agrega valor, indica as ferramentas que podem auxiliar neste “expressar-se com elegância e clareza”, para obter o sucesso.

O segundo é o que conhecemos como “prestígio do testemunho”. Nascido nas escolas de pesquisas históricas que confrontavam a noção de uma história totalmente centrada na economia, um processo sem sujeito e aparentemente sem espectador, a *história em migalhas* reconduz o foco para o olhar individual, não necessariamente do agente, mas daquele que observou, testemunhou e pôde narrar. Ao considerar que isto é acompanhado pelo surgimento e afirmação do princípio do narcisismo, identificado a partir dos anos 1980, duas consequências do mundo editorial vão espelhar esta realidade: a moda das biografias e o prestígio do testemunho nas matérias informativas,

5 <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

científicas e culturais. No caso da autoajuda, já citamos acima o livro *O Segredo*, mas podemos encontrar inúmeras matérias com o mesmo perfil, como por exemplo, *Olimpíadas: O laboratório do corpo – As lições dos atletas sobre saúde cardíaca, peso, nutrição, longevidade e bem estar*, de 13 de setembro de 2000 e *Elas venceram*, de 8 de novembro de 2000 (Figura 5).



Fonte: [www.veja.com.br/AcervoDigital](http://www.veja.com.br/AcervoDigital)

**Figura 4: Capa da *Veja* – Edição 2.177, de 11 de agosto de 2010**



Fonte: [www.veja.com.br/AcervoDigital](http://www.veja.com.br/AcervoDigital)

**Figura 5: Capas da *Veja*, da direita para a esquerda: Edição de 13 de setembro de 2000 e de 8 de novembro de 2000**

Do mesmo modo, a biografia de Jack Welch, *Jack Definitivo*, contando suas táticas de gestão em frente à General Electric, originalmente uma autobiografia, assim como *A cabeça de Steven Jobs*, transformou-os em gurus e aos textos num parente muito próximo da autoajuda. Num segundo momento, tais textos transformam-se em manuais, seja para os departamentos de recursos humanos das empresas, seja para os indivíduos no seu processo singular.

O terceiro estilo é uma mistura dos dois anteriores: do comando mantém o imperativo, do testemunho mantém a figura exemplo, transformando-a em um líder-guru, que vamos nomear de *coach*, treinador, que é aquele que pode e deve inspirar as melhores atitudes e decisões.

Podemos citar como exemplo, ligado à discussão sobre a liderança contemporânea e sua relação com esta Era do coletivo ou do trabalho em equipe, a transformação do técnico de vôlei masculino, Bernardinho, em líder motivacional. Este passou a realizar inúmeras palestras em empresas após o Brasil tornar-se bicampeão mundial de vôlei masculino e da publicação do seu livro *Transformando Suor em Ouro*, onde enumera os dez caminhos que levam ao sucesso. Este livro foi citado posteriormente como um dos títulos de autoajuda mais vendidos, segundo a lista da *Veja*, já que ressalta que estar preparado para qualquer coisa é a base do sucesso. Para isso, o técnico aponta que a “disciplina não é somente impor e seguir regras rígidas. É, sobretudo, obter o envolvimento de todos numa mesma dinâmica de trabalho”. Para que isto ocorra, o papel do líder é fundamental na busca de tirar o máximo de cada um, pensando somente no melhor para a equipe.

O interesse aí é ainda maior porque a *Veja*, na edição 2.176 de 4 de agosto de 2010 (Figura 6), produz uma matéria na rubrica esporte com o título *As lições de um vencedor*. Atualmente, algumas



editoras pensam em explorar este filão; convidam pessoas que tiveram sucesso, em quaisquer áreas de atuação, como Alexandre Accioli, por exemplo, contratam um *ghost-writer* e o livro sai assinado ora como autobiografia ora como biografia autorizada.

Porém e para melhor ilustrar, destacamos matéria *A Autoajuda funciona*, de 13 de novembro de 2002, quando a própria *Veja* se coloca como sendo capaz de exercer a função de *coach*. Além de avaliar o crescimento exponencial da literatura da autoajuda

e mencionar os autores nacionais e internacionais de maior sucesso, a matéria não apenas assegura que o resultado vale a pena como sintetiza diversas contribuições vindas da literatura da autoajuda para realizar seu próprio decálogo, aliás, apresentado sob a forma das tábuas da lei do Antigo Testamento (Figura 7).

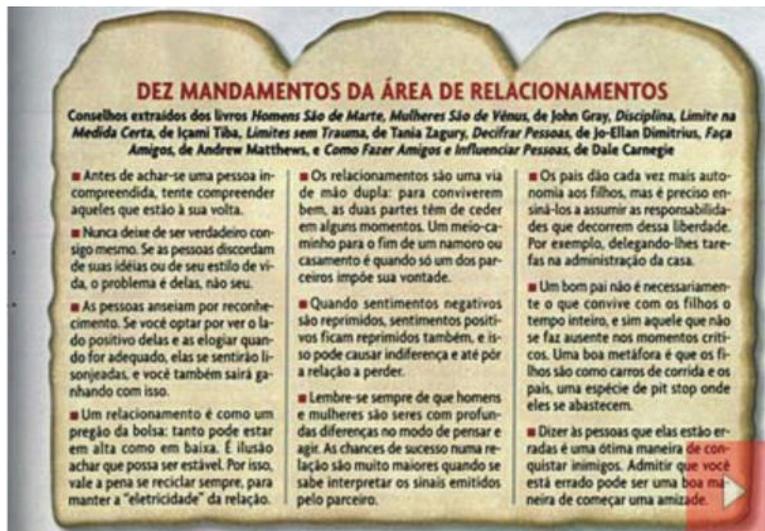
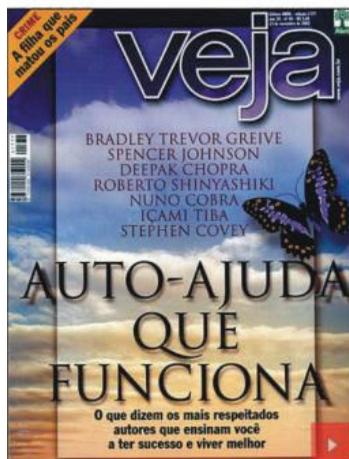
### Sociedade de mercado

Há, ainda, outro dado, também de suma importância, que atua tanto no universo biotécnico quanto na ideia, cada vez mais materializada, de capital humano. Não vivemos hoje em uma economia de mercado; esta já estava de pé desde o mercantilismo. Nosso lócus é uma sociedade de mercado que precifica praticamente tudo, mesmo o que poderia parecer inconcebível. Por partes, podemos explicar que: só porque a técnica de transplantes evoluiu é que se tornou possível anunciar em jornal ou nas redes sociais e vender um rim; só quando os processos de fertilização *in vitro* avançaram é que as barrigas de aluguel puderam funcionar (uma barriga de aluguel indiana custa 6.250 dólares segundo Sandel e é uma prática legal). São, portanto, valores



Fonte: [www.veja.com.br/AcervoDigital](http://www.veja.com.br/AcervoDigital)

Figura 6: *Veja* – Edição 2.176, de 4 de agosto de 2010.



Fonte: [www.veja.com.br/AcervoDigital](http://www.veja.com.br/AcervoDigital)

Figura 7: *Veja* – *A Autoajuda funciona*. Edição 1.777, de 13 de novembro de 2002 e Decálogo retirado da matéria.

de mercado que passaram a desempenhar um papel radical na nossa vida social.

Se restasse alguma dúvida ou restrição, podemos citar a edição de *O Globo* de 25 de outubro de 2012, com a matéria *Barrigas de Aluguel: o corpo como capital as pulverizaria*. Seu autor, Rodrigo da Cunha Pereira, é um advogado especializado em direito de família e sucessões, o que, convenhamos, combina bastante com o princípio da sociedade de mercado e do corpo como capital. Como diríamos num lugar pouco formal, o rapaz é do ramo. Suas declarações:

[...] A questão sobre a qual se deve refletir é: por que não se pode remunerar uma mulher pelo “aluguel” de seu útero? Sabe-se que, no Brasil, acontece na clandestinidade o que já é lei em vários países, a exemplo dos Estados Unidos, Israel, Austrália, Bélgica, Dinamarca, Grã Bretanha, Grécia, Holanda, Israel, Índia, Rússia e Ucrânia. O corpo é um capital físico, simbólico e econômico. Os valores atribuídos a ele são ligados a questões morais, religiosas, filosóficas e econômicas. Se a gravidez ocorresse no corpo dos homens certamente o aluguel da barriga já seria um mercado regulamentado. Para se avançar é preciso deixar hipocrisias de lado e aprender com a História para não se repetir injustiças. É preciso distinguir o tormentoso e difícil caminho entre ética e moral (PEREIRA, 2012).

Os valores de mercado não se referem apenas ao despendido dinheiro; também há novas possibilidades de ganhá-lo, como alugar espaço na testa ou em parte do corpo para publicidade: A *Air New Zeland* contratou 30 pessoas (homens e mulheres) para rasparem a cabeça e usarem tatuagens com o slogan *Precisando mudar? Vá para a Nova Zelândia*, por 777 dólares; oferecer-se para cobaia em

laboratórios farmacêuticos para novas medicações; há variações mas reza a lenda que o preço médio é de 7.500 dólares. Fazer fila para lobistas (no caso do Congresso americano custa entre 15 e 20 dólares a hora), contribuir para o banco de esperma; depende da avaliação do doador (físicos valem mais do que contadores, etc.). Para não deixar no vazio, os lobistas contratam empresas que contratam pessoas sem teto para fazer as filas. Agora, além dos *head hunters* capazes de avaliar através do *background* nosso valor no mercado profissional, existem centros que avaliam óvulos e sêmen, conferindo um valor variável ao devir para o qual contribuiremos.

Primeiro complicador: se vivemos numa sociedade de mercado, ela está passando ao mesmo tempo por uma crise econômica, onde estão em cheque instituições icônicas como as agências de risco, as seguradoras e os grandes bancos do sistema financeiro internacional. Assim como estão se mostrando incompetentes as políticas econômicas de vários governos. Isto afeta o crédito enquanto dado da economia, mas tem um efeito muito mais importante: afeta a crença, o acreditar como prática social. De alguma maneira, a associação entre ganância e incompetência desvelou-se aos nossos olhos.

Ora, vale lembrar que o que Samuel Smiles, autor do primeiro livro de autoajuda *Self-Help*, enunciava era exatamente este ponto: o progresso da humanidade, o seu aperfeiçoamento se dará por iniciativas pessoais, individuais. A sua afirmação como liberal era que as instituições não eram confiáveis para nos guiar nos melhores caminhos. Era preciso um empreendimento pessoal que envolvia assumir responsabilidade diante do mundo, persistência diante dos processos de autoaperfeiçoamento e confiança de que o futuro viria da soma destes esforços. Significava também falar numa descoletivização dos riscos, de uma maneira bem sutil: o não confiável é o



próprio coletivo representativo. No limite, é de uma descrença radical que nos fala Smiles.

Para embaralhar ainda mais, também vemos no horizonte a crise climática, cantada há décadas em prosa e verso, que deveria nos ensinar que o limite da técnica não está no aonde ela pode ir e, sim, nas consequências dos caminhos feitos. Estes hoje ameaçam a sobrevivência do planeta e da espécie humana. Vamos convir que este agenciamento técnica-economia, sem a mediação dos contratos sociais, está mostrando sua face podre. E que o que vemos aparecer como marca da poluição é exatamente aquilo que, ainda, não tem preço: basicamente o ar.

### Resumindo e teorizando

O campo da comunicação e a nossa própria pesquisa têm se detido bastante em associar a biopolítica com a sociedade do conhecimento, compreendendo que estaria no horizonte um novo modelo de relação entre política e técnica. Neste modelo, já verificamos que a presença do Estado se faz mais visível na administração das informações do que na sua modernizada, embora antiga, função de proteção social. É como se, tendo sido alertados para as causas comportamentais de algumas doenças frequentes, cada um de nós fosse individualmente responsável pela sua saúde e qualidade de vida, assim como pelo seu ajuste social.

Não espanta a sensação que um freudiano clássico chamaria de angústia de desamparo, visível sobre as formas de angústia, ansiedade e depressão, tenham tanto espaço no campo social como no midiático. O melhor remédio parece ser um bom aconselhamento, uma condução pragmática capaz de fazer-nos acreditar que todos nascemos completamente equipados para gerenciar nossa vida, como se ela fosse uma empresa exitosa.

Entretanto, a ideia de capital humano foi mais longe do que seus teóricos anunciaram: agregar

valor, evitar perda, um repertório econômico que associou-se a esta empresa-vida não trazia ainda a noção de preço ou, mais contundentemente, a ideia de que o mercado é o locus desta vida que gerenciamos. Quando pensávamos em transplantes, por exemplo, a questão ética que se colocava era a de associar vida e morte, ou seja, precisar da morte de alguém para poder sobreviver. O cinema deu heróicos exemplos destes conflitos, um deles é o filme *21 gramas*, de Alejandro Iñárritu (2003); outro mais delicado, mas igualmente ligado ao tema, é o *Feitiço do Coração*, de Bonnie Hunt (2000), onde a protagonista recebe o coração da esposa falecida em acidente, do sujeito do qual ela viria se apaixonar.

Agora a questão dos transplantes tem a ver com filas, prioridades e preços. Como no racínio econômico, o mais raro é mais caro ou, a lei de oferta e procura atua aumentando ou diminuindo o valor de cada coisa; temos uma nova e inesperada bolsa de órgãos que torna possível, como citamos acima, alguém oferecer um rim no Facebook.

Fizemos também referência a nova figura do *coach*, cuja origem imediata é evidentemente vinculada ao mundo dos esportes. No entanto, se subirmos em ombros de gigante, veremos uma genealogia bastante mais sutil: nesta figura se recoloca, num plano modificado, a relação entre autoridade e poder que Foucault desenvolveu no texto *Omnes et Singulatum: em direção a crítica da razão política*. A questão que ele enfrentava era a de associar o poder centralizador, aquele que configurou a formação do Estado Moderno, de sua administração e burocracia, com o problema do poder individualizante. O que o autor observou é que mal-grado associarmos às sociedades modernas ao centralismo de seus Estados, ele encontra no mesmo ambiente técnicas de poder voltadas para os indivíduos e destinadas a dirigir-lhes de maneira contínua e permanente. Nas suas palavras,

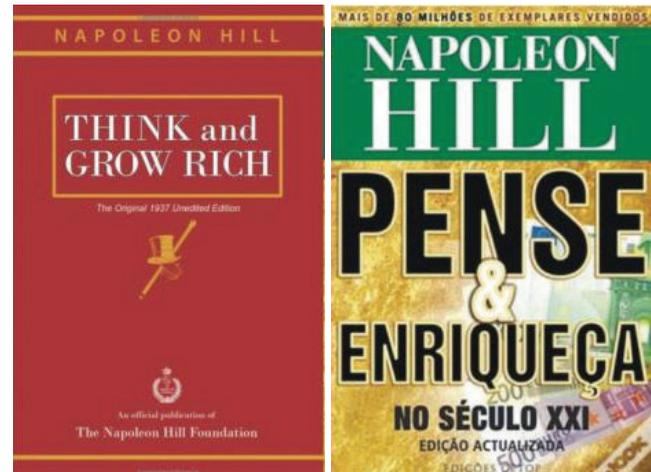
“se o Estado é a forma política de um poder centralizado e centralizador, chamemos de pastoral o poder individualizador” (1994, p. 136).

Portanto, nosso *coach* contemporâneo tem um avô pastoral e, aqui como lá, estamos falando de liderança e retórica de adesão. Nesta pesquisa encontramos dois perfis de *coachs*, que nomeamos como o aconselhador e o treinador. No primeiro caso, remetendo a origem foucaultiana, este aconselhador é mais próximo ao poder pastoral e talvez explique porque nesse universo biotécnico tanto a autoajuda quanto certos movimentos religiosos ganham fôlego num mundo social e no midiático.

O segundo *coach* é o treinador: oriundo da competição esportiva, seu lugar mais frequente hoje é no campo pragmático dos departamentos de recursos humanos; mas como a vida é uma empresa, ele sobra para nos treinar a sermos contemporâneos dos valores que “valem a pena”. O mais radical tem a ver com a cisão aconselhada entre comportamento e sentimento. Até porque, em uma sociedade de mercado, o que pode ser precificado é o comportamento. Sentimentos tais como alegria, amor, encantamento, tristeza e nostalgia, assim como o ar são inprecificáveis. Neste sentido, sentimentos são atemporais e complexos enquanto os comportamentos podem ser controláveis.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A história nos mostra que, em períodos de crise, a autoajuda floresce: um dos mais flagorosos sucessos desta foi o livro *Pense e Enriqueça* (*Think and Grow Rich*), de Napoleon Hill, publicado em 1937, no rescaldo da depressão americana de 1929 e até hoje reeditado, tendo vendido perto de 50 milhões de exemplares (Figura 8). Nos nossos tempos podemos apostar no crescimento da autoajuda que sabe se promover, aproveitando bancas de jornais,



Fontes: <http://www.naphill.org/> e <http://www.wook.pt/ficha/pense-enriqueca-no-seculo-xxi/a/id/10305009>

**Figura 8: Capa da Revista *Napoleon Hill* da edição de 1937 e Capa da Edição Atualizada de Dezembro de 2010**

supermercados e até vendedoras de cosméticos, como Avon Chama, para buscar o seu público leitor.

## AGRADECIMENTOS

Este artigo teve a colaboração de Clara Abreu e Eduarda Kuhnert – Graduandas da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) e Bolsistas de Iniciação científica no Grupo de pesquisas de Imaginário Tecnológico (ECO-UFRJ)

## REFERÊNCIAS

FOUCAULT, Michel. *Omnes et Singulatim: vers une critique de la raison politique*, in *Dits et Écrits*, Paris: Gallimard, 1994.

\_\_\_\_\_. *Nascimento da Biopolítica*, São Paulo: Martins Fontes, 2008.

\_\_\_\_\_. *O governo de si e dos outros*, São Paulo: Martins Fontes, 2010.



\_\_\_\_\_. *História da Sexualidade*. Volume I, Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1984.

GORZ, Andre. *O Imaterial: conhecimento, valor e capital*, São Paulo: Annablume, 2005.

LATOIR, Bruno. *Cogitamus; six lettres sur les humanités scientifiques*, Paris: Ed. La Découverte, 2005.

MARTINS, Antonio Carlos Soares. Linguagem, subjetividade e história: a contribuição de Michel Pêcheux para a constituição da análise do discurso. *Unimontes Científica*. Montes Claros, v.6, n.1, 2004.

MACHADO DA SILVA, Juremir. *A natureza da sociedade do conhecimento*. Disponível em: [http://www.maristas.org.br/sites\\_especificos/maristasul/img/file/juremir\\_machado.pdf](http://www.maristas.org.br/sites_especificos/maristasul/img/file/juremir_machado.pdf) Acesso em: 10/01/2011.

PEREIRA, Rodrigo da Cunha. Barrigas de Aluguel: o corpo como capital as pulverizaria. *Jornal O Globo* de 25 de outubro de 2012. Disponível em: <http://bit.ly/1Q48xi0>

SALMON, Christian. *Kate Moss Machine*, Paris: Ed La Découverte, 2010.

SANDEL, Michael. *O que o dinheiro não compra: os limites morais do Mercado*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

STEINER, George. *A ciência terá limites?* Lisboa: Ed. Gradiva, 2008.

SLOTERDIJK, Peter. *Le Palais de cristal: à l'intérieur du capitalisme planétaire*, Paris: Maren Sell, 2006.

\_\_\_\_\_. *Tu dois changer ta vie*, Paris: Libella- Maren Sell, 2011.

TUCHERMAN, Ieda; CAVALCANTI, Cecilia C. B. Apostando nos riscos: como a Veja apresenta o nosso futuro. *Revista Contracampo*, v. 26, n. 1, 2013.

TUCHERMAN, Ieda. Notes for a future anthropotechnology. In: MENDES, Candido e LARETA, Enrique (orgs.). *Real, Simulacrum, Artificial: Ontologies of Postmodernity*. Rio de Janeiro: Unesco, ISSC, Educam, 2003.

\_\_\_\_\_. *Teoria e Prática dos Media, Situando o local no global*, Lisboa: Edições Lusófonas, 2010.

\_\_\_\_\_. Autoajuda, mídia e biopoder. *Revista FAMECOS PUC-RGS*, 2012.

\_\_\_\_\_. Desvendando um enigma: mídia, autoajuda e biopoder. In: ROCHA, Rose de Melo; CASÁQUI, Vander (Org.). *Estéticas Midiáticas e Narrativas de Consumo*. Porto Alegre: Ed. Sulinas, 2012.

VELTZ, Pierre. La nouvelle révolution industrielle. *Revue Du Mauss*, n18, "travailler est-il (bien) naturel?", 2001.

Subjetividade contemporânea em uma sociedade biotecnológica de mercado  
**Ieda Tucherman e Cecilia C. B. Cavalcanti**

Data de envio: 01 de agosto de 2014.

Data de aceite: 06 de fevereiro de 2015.

