



## O SUJEITO NA ERA DA CRIATIVIDADE: colaborativo, cultural e espiritual <sup>1</sup>

Adriana Lima de Oliveira <sup>2</sup>

PPGCOM – ESPM/SP

### Resumo

O presente trabalho traz uma reflexão sobre os novos contornos do capitalismo contemporâneo e estabelece a criatividade como paradigma emergente. A partir de uma lógica de produção baseada na economia criativa, a sociedade de consumo apresenta seu paradoxo: 'o engajamento no capitalismo como meio de libertação do próprio capitalismo'. Essa dinâmica complexa se traduz em um sujeito com poder de escolha mas, em contrapartida, dissimula novos tipos de opressão. A distribuição dos bens e dos serviços agora incluem os riscos. Neste cenário, os desejos pessoais se subordinam às necessidades planetárias. No momento em que se intensificam as ameaças de catástrofes ecológicas, o sujeito, alçado à categoria de consumidor, aparece como um ator a ser responsabilizado por suas práticas excessivas e pelo desequilíbrio da ecoesfera. Estamos, portanto, diante de uma sociedade da abundância: não mais a que multiplica o poder de compra e democratiza o sonho consumista; mas aquela que toma por objeto os recursos humanos e intelectuais infinitos e amplia, por meio da mercantilização, a experiência e os modos de vida.

**Palavras-chave:** Subjetividade; Economia Criativa; Capitalismo; Biopolítica; Ecológica.

### Os contornos e o dinamismo do capitalismo e da sociedade de consumo

A expressão 'sociedade de consumo', segundo Lipovetsky (2007), aparece pela primeira vez nos anos 1920, populariza-se nos anos 1950-60, e seu êxito permanece absoluto nos dias de hoje (p. 23). E propomos, seguindo as linhas do

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT-9) Comunicação, discurso da diferença e biopolíticas do consumo, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do PPGCOM – ESPM/SP em Comunicação e Práticas de Consumo, Turma M-14. E-mail do autor: publicidade.dri@gmail.com



mesmo autor e de forma resumida, um esquema de sua evolução fundado na distinção de três grandes momentos:

O primeiro momento começa por volta dos anos 1880 e termina com a Segunda Guerra Mundial. No lugar dos pequenos mercados locais, aparecem os grandes mercados nacionais tornados possíveis pelas infraestruturas modernas de transporte e de comunicação. Máquinas de fabricação contínua ocasionaram o aumento da produtividade com custos mais baixos e abriram caminho para a produção em massa. *“A era moderna do consumo é condutora de um projeto de democratização do acesso aos bens mercantis.”* (LIPOVETSKY, 2007, p.28).

Mas todo esse acesso a uma série de mercadorias padronizadas somente era garantido por uma ‘pedagogia’ do consumo, em outras palavras, o capitalismo também se configura como uma construção cultural e social onde o sujeito é alçado a categoria de consumidor e constantemente seduzido por objetos dispostos em um mercado (acessível e democrático), desde que disponha de recursos financeiros para a troca.

O segundo momento aparece por volta de 1950 e se caracteriza pela elevação do nível de produtividade do trabalho e pela extensão da regulação fordista da economia. Estamos diante da ‘sociedade do consumo de massa’ ou ‘sociedade da abundância’: *“pela primeira vez, as massas têm acesso a uma demanda material mais psicologizada e mais individualizada, a um modo de vida<sup>3</sup> antigamente associado às elites.”* (LIPOVETSKY, 2007, p. 33).

No entanto, o ‘milagre do consumo’ carrega consigo os conflitos<sup>4</sup> expressos na forma de crítica ao modelo ocidental, à forma de organização capitalista e ao modelo de empresa. Essa crítica não é apenas verbal, mas vem acompanhada por ações que, em proporção nada desprezível, provocam a desorganização da produção. Enquanto nos anos 50 a racionalização do trabalho fora acompanhada por importantes ganhos de produtividade, a relação se inverte nos anos 70. Neste intervalo, os movimentos

<sup>3</sup> Bens duráveis, lazer, férias, moda.

<sup>4</sup> Os conflitos que marcam o ano de 1968 em todo o mundo.



revolucionários se estabelecem com base em dois eixos: ‘crítica social’ e ‘crítica estética’ (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p. 199). Assumem as formas de movimentos ‘estudantis’ e ‘operários’: a revolta dos jovens intelectuais universitários de fato estendeu-se a executivos ou engenheiros recém-saídos do sistema educacional e serviu de gatilho para uma revolta operária de grande amplitude (id.,p.200). De um lado, os operários irão falar a linguagem da ‘exploração capitalista’ em resposta à exclusão prolongada dos benefícios do crescimento e da distribuição desigual dos custos suportado por diferentes categorias; e de outro, os estudantes passam a fazer uma crítica da ‘alienação’ que retoma os principais temas da crítica estética: a desumanização do mundo sob o império da tecnicização e da tecnocratização, refletidas, ao mesmo tempo, na esfera do trabalho e da produção sob a forma de perda da autonomia, falta de criatividade e diferentes formas de opressão do mundo moderno (id.,ib.).

O destaque para essa associação entre a crítica social e a crítica estética está no fato de que as duas se expressam na forma de exigências de garantias (sociais) e de autonomia (estética). Podemos observar a partir daí que as relações entre economia e sociedade não se estabelecem de forma pacífica: a garantia do sistema pressupõe a obrigação do capitalismo “*em propor formas de engajamento compatíveis com o estado do mundo social na qual está incorporado e com as aspirações de seus membros*” (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p. 199).

As mudanças se consolidam e ganham novos contornos no terceiro e atual momento do capitalismo, onde “*todas as esferas da vida social e individual são, de uma ou de outra maneira, reorganizadas de acordo com os princípios da ordem consumista*” (LIPOVETSKY, 2007, p. 128). Essa ‘mercantilização da vida’ só é possível com o avanço da ciência e da tecnologia, criando novos parâmetros de risco (BECK, 2011) e perigo ao mesmo tempo que oferecem possibilidades benéficas para a sociedade. A relação com o dinheiro e a propriedade privada afastam-se dos hábitos burgueses em sua definição tradicional e, para além da posição social, o capitalismo adquire uma característica emocional. A “*mercantilização moderna das necessidades*



*é orquestrada por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva e emocional.”* (LIPOVETSKY, 2007, p. 41). Mas essa nova ordem pós-tradicional encerra a ‘dúvida’ - característica da crítica moderna – e irá permear toda a vida cotidiana. Segundo Giddens (2002), essa condição de incerteza e múltipla escolha constitui a dimensão existencial do mundo social contemporâneo. As garantias deram lugar à autonomia e esta se entrelaça de maneira direta à vida individual em um processo contínuo de seleção/exclusão. O recurso econômico aplicável à produção não é mais o dinheiro ou o patrimônio tangível, ele agora assume o ‘humano’ como forma de ‘capital’ (FREIRE FILHO, 2011), um patrimônio intangível que, se devidamente motivado, mobilizado e gerenciado, pode proporcionar ganhos de eficiência produtiva. O sujeito consumidor passa, a partir de então, a ser também objeto de consumo.

### **Sociedade aberta, criativa e tolerante.**

A força motriz por trás dessas mudanças, segundo Richard Florida (2011), é a ascensão da ‘classe criativa’. Para ele, Karl Marx estava parcialmente certo ao prever que os meios de produção um dia seriam controlados pelos trabalhadores. Isso está começando a acontecer, mas não com a tomada das fábricas pelo proletariado. *“Hoje, mais do que nunca, os trabalhadores controlam os meios de produção; eles são os meios de produção”* (id., p. 37).

Ainda que a questão da criatividade, ou da atividade criativa, não seja um dado novo; a diferença é que hoje essas atividades estão se tornando predominantes, face a toda uma infraestrutura econômica em torno delas. A classe criativa, portanto, é formada por pessoas que agregam valor econômico por meio de sua criatividade. Isso enfatiza o modo como as pessoas se agrupam e estabelecem identificações baseadas principalmente no papel econômico que desempenham (FLORIDA, 2011). No entanto, essas identificações também derivam preferências sociais e culturais, hábitos de consumo e identidade social. No sentido a que Florida se refere, a ascensão da



classe criativa deslocaria o capitalismo no processo de desconstrução de todas as estruturas de classe vigentes: afinal, a criatividade é concedida a todos sem distinção.

Assim, o que daí decorre, conforme nos apontam Lipovetsky & Serroy (2015) em seus estudos sobre o que denominam como ‘capitalismo artista’, é que estamos diante de um novo ciclo marcado

por uma relativa *desdiferenciação* das esferas econômicas e estéticas, pela desregulamentação das distinções entre o econômico e o estético, a indústria e o estilo, a moda e a arte, o divertimento e o cultural, o comercial e o criativo, a cultura de massa e as altas culturas: doravante, nas economias da hipermodernidade, essas esferas se hibridizam, se misturam, se curto-circuitam, se interpenetram. (p.15).

Na passagem dos valores de ‘sobrevivência’ para os de ‘expressão pessoal’, em que nos distanciamos dos princípios tradicionais e nos aproximamos de valores mais progressistas, faz-se necessário uma atualização das críticas (social e estética) com o fim de identificarmos os caminhos que levaram a essa sociedade mais ‘aberta’, ‘criativa’ e ‘tolerante’. Para Boltanski & Chiapello (2009) o capitalismo, ao longo desse processo, se beneficiou com o enfraquecimento dessas críticas: de um lado a *crítica social* não dava conta de interpretar uma sociedade diferente da oriunda das elites econômicas; e de outro, a crítica *estética* foi amplamente assumida e aproveitada pelo capitalismo.

Desse modo, a criatividade emerge como um grande sistema abstrato no qual a imaginação se encontra no centro de uma sociedade que configura-se, ao mesmo tempo, como alicerce e beneficiária de um sistema que se pretende menos industrial e mais humano. Entretanto dizer que a economia neoliberal é uma economia subjetiva não significa que ela prometa uma nova humanização do sujeito. Como lembra Lazzarato (2013) isso apenas sugere que a “*subjetividade existe para a máquina e que os componentes subjetivos são funções de servidão*”<sup>5</sup> (p.31). Inteligência, afetos,

<sup>5</sup> O conceito de servidão foi tomado por Deleuze e Guattari e emprestado da cibernética e da ciência da automação: significa ‘pilotagem’ ou o ‘governo’ dos componentes de um sistema assegurando o



sensações, cognição, memória e força física são agora componentes cuja síntese não reside mais na pessoas [unificados em um ‘eu’ como referente], mas sim, no agenciamento ou no processo [empresa, mídia, serviços públicos, educação escolar etc.] (id., p. 30).

Observamos esses agenciamentos nas estratégias do *marketing* contemporâneo onde se detectam as ansiedades e os anseios humanos profundamente enraizados na criatividade, na cultura, na tradição e no meio ambiente e propõem soluções para atender essas ‘necessidades latentes’. Neste sentido, a mente, a informação e a alta tecnologia são cooptados como ‘tipos de capital’ essenciais ao sucesso. As contradições e incertezas são estrategicamente incorporadas ao ambiente mercadológico em resposta às novas dinâmicas do meio. Tomando a sociedade como mercado, a diferença destas novas estratégias está no tratamento dado ao consumidor que, a partir de então, é visto como ser humano pleno: com mente, coração e espírito e, acima de tudo, devem ser atendidos prontamente em seus anseios de transformar o mundo em um lugar melhor (KOTLER, 2010, p. 04).

### **A era da criatividade: escassez vs abundância**

Essa manifestação encontra eco na passagem de uma lógica da distribuição de riquezas para a da distribuição de riscos. Como aponta Ulrich Beck (2011), os riscos são (inevitavelmente) coproduzidos e decorrentes do próprio desenvolvimento técnico econômico. Na transição (ainda que convergente) de uma sociedade que distribui riqueza (ditadura da escassez) para uma sociedade que distribui riscos (ditadura da abundância) chegamos então a uma “*transformação social que se distancia das categorias e trajetórias habituais de pensamento e ação*” (id., p. 25). Entre a *subprovisão* e a *superprodução* o capitalismo se torna ‘reflexivo’ (BECK, 2011; LIPOVETSKY, 2007 e 2015), convertendo-se a si mesmo em tema e problema.



Viver na contemporaneidade, portanto, pressupõe viver em um ambiente de oportunidade e risco. O universo dos eventos futuros está aberto para ser moldado pela intervenção do homem no presente – dentro dos limites, claro, regulados pela aferição dos riscos. Segundo diversos autores que colocam a criatividade como via de mão única para as transformações contemporâneas emergentes, baseada em diversidade cultural, conhecimentos e TICs (tecnologias da informação e comunicação), esta traz a possibilidade de obter resultados não apenas econômicos, mas também ambientais, sociais e culturais. Em última palavra: sustentáveis.

Neste sentido, “*o conhecimento adquire uma nova relevância política*” (BECK, 2011, p.28). As exigências de libertação e autenticidade expressas na crítica estética, únicas capazes de possibilitar autorrealização individual, são transformadas, na sociedade de risco, em dinâmica entre escolhas e consequências. As decisões acabam sendo mais difíceis de serem tomadas pois acarretam uma mistura de problemas e consequências que as caracterizam. Por isso, especialistas são frequentemente chamados quando se aproxima um momento decisivo ou para ajudar na estimativa do risco, mas é o indivíduo, invariavelmente, que deve correr os riscos.

Não podemos ignorar que essa ‘autonomia’, expressa em termos de possibilidades e também de direitos em nosso sistema atual é, de algum modo ‘exigida’ das pessoas, e portanto caracterizando novas formas de ‘opressão’. Desde esse ponto de vista, a libertação concedida, acima de tudo, é possibilitada (em seu pleno desenvolvimento) pelo consumo.

A inspiração das pessoas à mobilidade, à pluralidade das atividades, ao crescimento das possibilidades de ser e fazer apresenta-se como um reservatório quase sem fundo de ideias para a concepção de novos produtos no mercado. Assim, seria possível mostrar que quase todas as invenções que alimentam o desenvolvimento do capitalismo foram associadas à proposta de novas maneiras de libertar-se. (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p. 439).

Na sociedade da abundância, onde a “criatividade é um combustível renovável cujo estoque aumenta com o uso” (REIS, 2008, p. 08), cultura e economia andam *pari*



*passu*. A ‘privatização dos consumos culturais’, possibilitada pelas indústrias culturais e em pleno desenvolvimento nos dias atuais, também pode ser considerada uma forma de libertação que passa pelo mercado.

A questão crucial é que a sustentabilidade da produção cultural depende da capacitação de talentos (o que implica a possibilidade de o produtor cultural sobreviver de sua produção ou ter tempo ocioso para se dedicar a ela de maneira diletante); que essa produção ou tradição circule (garantindo assim a renovação da diversidade cultural); e que o acesso a essa produção seja garantido (em especial aos jovens), em um jogo de forças da cultura de massa acirrado pela globalização. (REIS, 2008, p.15).

No palco do ‘capitalismo artista’ (LIPOVETSKY, 2015), de um lado estão os investidores, gestores, administradores e marqueteiros voltados para a eficácia e a rentabilidade econômica e de outro, criadores em busca de autonomia e animados por ambições artísticas. O choque de interesses dá-se quando reconhecemos que a criatividade por si só não tem valor econômico; ela precisa tomar forma e ser aplicada em um produto comercializável se quiser alcançar valor comercial. Isso, por sua vez, precisa de um mercado adaptado (leis, contratos, convenções) ao consumo desses produtos.

Em toda parte, os ‘criativos’ se impõem como novos criadores de valor e desenvolvedores de mercado. A partir de então, o capitalismo penetrou em domínios que até então tinham ficado relativamente afastados da circulação comercial.

### **Políticas emancipatórias vs política-vida**

A percepção de que o ambiente social e natural estaria cada vez mais sujeito ao ordenamento racional não se verificou; em resposta, vivemos com uma atitude calculista em relação as possibilidades de ação, positivas e negativas, com que somos continuamente confrontados. Neste processo de mudanças, mais ou menos profundas, criam-se uma sucessão de períodos de libertação *pelo* capitalismo e de libertação *do* capitalismo (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009).





Em certo sentido, como afirma Giddens (2002), a ansiedade surge junto com a liberdade. Em geral, a ansiedade deriva da capacidade de antecipar possibilidades futuras em relação a ação presente. E no presente, a tensão está entre a exigência de flexibilidade e a necessidade de ser alguém, em outras palavras, ter uma ‘personalidade’<sup>6</sup>. Para ajustar-se a esse mundo contemporâneo, conectado e em rede, é preciso mostrar-se suficientemente maleável. Essa auto-identidade – para usamos os termos de Giddens<sup>7</sup> - é simultaneamente frágil e sólida. Frágil porque a biografia criada pelo indivíduo reflexivo é apenas mais uma ‘estória’ entre muitas outras potenciais; e sólida porque, muitas vezes, essa auto-identidade é preservada para passar ao largo das principais tensões e transições nos ambientes sociais que essa pessoa se move. A ‘adaptabilidade’ constitui uma exigência fundamental para circular nestas redes heterogêneas.

Ser considerado competente significa também possuir valor, e este encerra-se no mercado das trocas. Os novos dispositivos (econômicos e financeiros) justificados pela intenção de romper com as formas ‘taylorizadas’ do trabalho (que consistia em tratar o ser humano como máquina) se apoiam em uma ‘ergonomia’ (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p. 471) mais sofisticada, possibilitando a instrumentalização dos homens naquilo que eles têm de propriamente humano. Em última instância, a força do capitalismo está justamente na capacidade de integrar o funcionamento do desejo dentro de seu próprio funcionamento, a fim de promover, ao mesmo tempo que solicita, a ‘figura subjetiva’ (LAZZARATO, 2014).

Para Lazzarato (2014) não é o conhecimento (ou a criatividade, conforme discorreremos aqui) o condutor da economia. Neste sentido, o que estaria no coração do capitalismo nos dias de hoje é menos o conhecimento do que um processo de subjetividade centrado no ‘desejo’, do qual o conhecimento, a informação e a produção cultural dependem (id., p. 50). Assim, estamos submetidos a um duplo

<sup>6</sup> O que Boltanski e Chiapello (2009) chamam de ‘personalidade’, Giddens (2002) dá o nome de auto-identidade.

<sup>7</sup> Para Giddens (2002), a auto-identidade é um dos parâmetros da existência humana. Não é, portanto, um traço distintivo, ou mesmo uma pluralidade de traços, possuídos pelo indivíduo. É o eu compreendido reflexivamente pela pessoa em termos de sua biografia (p. 54).



regime: de um lado, servos dos dispositivos maquínicos que compreendem empresas, comunicação, economia, Estado etc.; e de outro somos assujeitados à estratificação de poder que nos atribui papéis e funções produtivas e sociais (usuários, produtores, telespectadores, consumidores etc.) (id.ib., p. 38).

Aproximamos, enfim, a crítica estética da crítica social: o ‘trabalho de si’ (práxis) e o ‘trabalho’ (produção) se combinam na definição do capitalismo de nossos dias (LAZZARATO, 2014, p. 48-49).

A promessa de que ‘trabalho de si’ deveria oferecer ‘trabalho’ em termos de emancipação (prazer, reconhecimento, realização etc.) transformou-se no imperativo dos riscos. Trata-se agora de escolhas. Enquanto a ‘emancipação’ pressupõe condições de liberdade para que possamos escolher, ou seja, é uma política das ‘oportunidades’; ‘os estilos de vida’, que Giddens dá o nome de política-vida, são uma ordem reflexivamente mobilizada, isto é, uma política das ‘escolhas’. Tomando o conceito de ‘política-vida’ como uma ‘política das decisões da vida’ - que incluem as narrativas da auto-identidade em relação a circunstâncias da vida social que mudam rapidamente, numa escala local e global – o resgate das críticas (social e estética) passa por uma aliança com a ‘crítica ecológica’, que constitui atualmente *“uma das únicas posições que atribuem valor em si à pluralidade e à singularidade dos seres, que se trate de seres humanos, de seres naturais ou, em certas versões, de artefatos”* (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p. 478).

### **Da biopolítica a ecopolítica**

Neste cenário as opções de ‘estilo de vida’ interagem com influências ‘globalizantes’ e principalmente pelo reconhecimento de que a revisão da degradação do meio ambiente depende da adoção de novos ‘padrões de estilo de vida’ (GIDDENS, 2002, p. 204).

A questão ecológica faz com que se revise os processos econômicos de crescimento ilimitado ao mesmo tempo que retoma o crescimento pessoal, isto é, o cultivo das potencialidades de auto-expressão e criatividade. Em certas condições,



como vimos, a própria crítica pode ser um dos fatores de mudança do capitalismo. Mas foi a cultura ecológica associada à crise financeira recente que deram voz àqueles que sentenciavam a culpa do sistema capitalista vigente e dividiam a responsabilidade entre os consumidores (atores deste processo). Para Lipovetsky & Serroy (2015) o fato de assistirmos ao fim do “*hiperconsumo devorador de energia não renovável e poluidor*” (p. 398) não acabará com o hedonismo consumista: isso não fará nascer uma cultura da abstinência, ou uma cultura pós-consumista, no máximo um ‘hiperconsumo sustentável’. Entretanto, os potenciais de autoameaça civilizatório adquirem relevância por arquitetarem novas forma de arranjo social.

Numa sociedade de risco, ‘o estado de exceção ameaça converter-se em regra’. Com este cenário, no verso da sociedade de risco encontramos o ‘controle’. Existem sempre pretensões, interesses e pontos de vista concorrentes e conflitivos dos “*distintos atores da modernização e grupos de afetados, que acabam sendo forçosamente agregados nas definições de risco, no sentido de causa e efeito, autores e prejudicados*” (BECK, 2012, p. 34-35)

Para darmos contorno a essa questão do ‘controle’ e das relações de ‘saber’ e ‘poder’ embutidos, trazemos as teorias da biopolítica de Foucault ampliadas pelos conceitos da ecogovernamentalidade, proposto por Veiga-Neto. Esperamos com isso ampliar seus significados e aplicações na fase do capitalismo que, ultrapassando as críticas sociais e estéticas, encontra-se em um estágio de transição em que sua sustentabilidade econômica e financeira depende, como já dissemos anteriormente, do engajamento de seus membros.

Antes de iniciarmos nossa exposição, tomemos os conceitos de ‘servidão maquínica’ de Lazzarato (2013) para situarmos esse sujeito como não mais separado dos objetos. A justificativa é que neste sistema *homem-máquina* onde numerosos elementos humanos e não humanos interagem, os componentes de todo trabalho podem ser expressos em termos de informação (id., p. 31). Neste sentido, humanos contribuem tanto quanto não humanos na definição de enquadramentos e nas



condições de ação. *“Age-se sempre dentro de um agenciamento, um coletivo em que máquinas, objetos e signos são ao mesmo tempo agentes”* (id. ib., p.32).

Não separando o sujeito do objeto, estamos envolvendo ‘muito mais e muito menos’ do que a consciência e a representação (LAZZARATO, 2013). Desse modo, consideramos que máquinas e objetos sugerem, capacitam, solicitam, incitam e impedem certas ações, pensamentos e afetos e promovem outros. O capitalismo atual opera por ‘inputs’ e ‘outputs’ na tentativa de (cor)responder às necessidades latentes de seu público transformando-as em tendências (de moda, de novos estilos de vida, de uma visão de futuro). Por isso, a biopolítica se torna interessante para pensar esses novos modos de ser e estar no mundo<sup>8</sup>.

O conceito proposto por Michel Foucault instaura uma nova técnica de poder não disciplinar que se aplica à vida dos homens, uma nova tecnologia que dirige-se a uma massa global, afetada por processos que são próprios da vida como o nascimento, a morte, a doença, a produção e a reprodução. De uma maneira bastante resumida, a biopolítica é uma política que, visando assegurar a vida biológica do homem, é exercida pelo Estado, o qual toma para si os cálculos, as ações, as regulamentações e o controle sobre as populações (VEIGA-NETO, 2014). Trata-se pois de estabelecer mecanismos reguladores que irão fixar um equilíbrio na população. Esta articulação com o surgimento dos Estados modernos – principalmente dos saberes estatísticos e com a ideia de população como organismo vivo – é que a biopolítica toma a própria vida como objeto da política: *“ela promove a distribuição das ações de governo dos (e sobre os) indivíduos que compõem uma população do âmbito da vida”* (id., p. 37).

O regime de soberania (fazer morrer), dá lugar a governamentalidade (fazer viver) e situa-se no encontro entre as técnicas de dominação exercidas sobre os outros e as técnicas de si, em outras palavras, articulando aquilo que é próprio da população

---

<sup>8</sup> Lazzarato (2013) sugere que a ‘análise do poder’ feita por Foucault também vai na direção do ‘maquinismo’ e dá como exemplo o ‘Panóptico’ pois ele ‘automatiza e desindividualiza o poder. “Nesse sentido, pouco importa quem exerce o poder. Um indivíduo qualquer, quase tomado pelo acaso, pode fazer funcionar a máquina”. (p. 30).



com aquilo que é próprio da subjetividade, ou ainda, entre o coletivo e o individual. A partir daqui tomamos a ‘governamentalidade’ de Foucault comparada aos estudos de Lazzarato: o conceito primeiro refere-se ao poder exercido sobre indivíduos ‘reais’; enquanto para o segundo, o poder é exercido sobre o que ele chama de ‘dividuais’, isto é, aquele que se constitui como um componente da grande engrenagem feita de agenciamentos (empresa, mídia, sistema financeiro, do Estado, da escola, da família etc.). Neste sentido, estamos falando do ‘governo dos componentes de um sistema’. Se tudo está interligado, qualquer obstrução de um determinado ponto afeta o todo. Esse é o princípio da ‘ecologia’ que considera a Terra um sistema onde o homem é apenas mais um dos componentes. Começamos a identificar, com isso, uma ampliação dos conceitos da biopolítica para os da ecológica, “*na medida em que estende do humano para o planetário, o papel conferido à vida*” (VEIGA-NETO, 2014, p. 31).

A ‘vida’ passa a ser medida não mais em termos quantitativos, mas também em termos de ‘qualidade de vida’.

Em um mundo onde a empresa se distancia da fábrica, os novos modos de produção não criam mais objetos (mercadoria) e sim o mundo onde esse objeto existe, da mesma forma não cria sujeito (trabalhador e consumidor) mas o mundo onde o sujeito existe. Nas sociedade de controle contemporânea a valorização capitalista fica subordinada a esta condição de ‘efetuar os mundos’ (LAZZARATO, 2006, p. 98).

Neste cenário, consumir significa pertencer a um mundo, aderir a um universo estrategicamente desenhado pelas forças do marketing e do alcance da comunicação. Aqui se instauram as ‘convocações’ e a liberdade é exercida exclusivamente para escolher dentre possíveis que ‘outros’ instituíram e conceberam. Esses novos limites da ação humana são, em grande medida, conferidos por uma ‘ecogovernamentalidade’ que abre novos domínios de intervenção política nunca antes experimentado e com alcance nunca visto.



### Considerações Finais

O título desse trabalho foi emprestado dos atuais livros de marketing que, da mesma forma que vimos no capitalismo, também se dividem em três momentos: o Marketing 1.0 (centrado no produto), o Marketing 2.0 (centrado no consumidor) e, finalmente, o Marketing 3.0 (centrado no ‘ser humano’). Este ser humano, identificado e caracterizado pela lente mercadológica, apresenta-se como ‘colaborativo’, ‘cultural’ e ‘espiritual’. A partir daí traçamos um caminho que pudesse explicitar esse ‘novo sujeito’ e contribuir para uma reflexão sobre o sistema no qual ele se insere e as mudanças que impulsionam e motivam sua(s) biografia(s).

O ‘novo espírito do capitalismo’ que se atribui nomes variados como a ‘era da criatividade’ ou ‘capitalismo artista’, estrutura-se com base nos princípios da economia criativa e da sociedade do consumo. Essa organização faz emergir uma ‘classe criativa’ constantemente confrontada com a ditadura da escassez e a da abundância. Nesta transição dos valores de sobrevivência para os de autoexpressão pessoal, a ‘adaptabilidade’ constitui uma exigência fundamental para circular nestas redes heterogêneas. Viver, portanto, pressupõe estar em um ambiente em constante mudança, equilibrando-se entre as ‘oportunidades’ e os ‘riscos’.

Esses riscos, configuram-se contemporaneamente em uma ordem planetária e são (inevitavelmente) coproduzidos e decorrentes do próprio desenvolvimento técnico e econômico. Neste cenário, o conhecimento adquire uma nova relevância política e os conceitos de ‘interdependência’ e ‘fluxo’ passam a sustentar novos enunciados de libertação *pelo* capitalismo e libertação *do* capitalismo. A questão ecológica faz com que se revise os processos econômicos de crescimento ilimitado; ao mesmo tempo em que torna o reconhecimento da degradação do meio ambiente dependente da adoção de novos ‘padrões de estilo de vida’.

Os novos limites da ação humana passam a ser geridos por uma ecogovernamentalidade, que abre novos domínios de intervenção política. Estamos diante de uma ‘ressignificação’ em relação ao ‘humano’ e a ‘natureza’, e é esta



relação que o mercado tenta captar oferecendo bens e serviços que possibilitem expressar ‘estilos de vida’ particulares e em conformidade com o seu tempo, em outras palavras, oferecer soluções que permitam às pessoas subir na pirâmide de Maslow<sup>9</sup>, tornando-se mais colaborativas, culturais e voltados para o espírito.

## Referências

- BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade**. 2ª. ed. São Paulo: Editora 34, 2011.
- BOLTANSKI, Luc e CHIAPELLO, Éve. **O novo espírito do capitalismo**; tradução Ivone C. Benedetti; revisão técnica Brasília Sallum Jr. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.
- FILHO, João Freire e COELHO, Maria das Graças Pinto. **A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo**. Porto Alegre: Sulinas, 2011
- FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**: tradução Ana Luiza Lopes. Porto Alegre, R: L&PM, 2011.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 26. Ed. São Paulo: Graal, 2013.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**; tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- HOWKINS, John. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. 3ª. ed. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2013.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan e SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. 3ª. reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- LAZZARATO, Maurizio. **Signos, Máquinas e Subjetividades**. Tradução Paulo Domenech Oneto com a colaboração de Hortência Lencastre. 1ª ed. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2014.
- \_\_\_\_\_. **As revoluções do capitalismo**; tradução de Leonora Corsini. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**; tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**; tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- REIS, Ana Fonseca (org.). **Economia Criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- VEIGA-NETO, Alfredo. **Ecopolítica: um novo horizonte para a biopolítica**. Revista eletrônica do Mestrado em Comunicação Social. Ed. Especial Impressa. – Dossiê Educação Ambiental, p. 31-49, jan/jun, 2014.

<sup>9</sup> Clássica pirâmide de Abraham Maslow que mostra a hierarquia de necessidades que vão desde as de sobrevivência (básicas) até as de segurança, sociais e de autoestima (ego) e de autorrealização (significado).