

Idéias-força no pós-fordismo e a emergência da economia criativa¹

Vladimir Sibylla Pires*

Resumo A economia criativa emerge da crise instaurada a partir da passagem do padrão produtivo fordista / taylorista para o regime pós-fordista e é aqui entendida como um dos principais agentes da reestruturação contemporânea do capital. Sua produtividade baseia-se não apenas nas capacidades cognitivas e comunicacionais de seus empreendedores, como também na mobilização e apropriação de um conjunto de idéias-força conformadoras de – e conformadas por – uma multiplicidade de valores e estilos de vida surgidos ao longo da segunda metade do século passado, os quais este artigo objetiva apresentar.

Palavras-chave pós-fordismo; economia criativa; produtividade; idéias-força; estilos de vida.

Central ideas in post-fordism and the emergence of the creative economy

Abstract The creative economy emerges from the crisis established after the passage of the fordist / taylorist productive pattern to the Post-fordist regimen and is understood here as one of the main agents of the contemporary restructuring of capital. Its productivity is based not just on the cognitive and communicational capacities of its entrepreneurs, but also on the mobilization and appropriation of a set of ideas that configure – and are configured by – a multiplicity of values and lifestyles that emerged along the second half of the last century, which this article aims to present.

Keywords post-fordism; creative economy; productivity; ideas-force; lifestyles.

Introdução

Um aspecto importante para a compreensão do sistema capitalista é a sua habilidade para absorver parte das críticas que seus opositores lhe fazem, incorporando-as em suas práticas, bem como em seu *ethos* e discursos (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2002). A crise econômica, social e de valores tornada explícita a partir da década de 1970 testemunhou a passagem do padrão

*Mestre em Ciência da Informação pela UFF/IBICT, com especializações em Sociologia Urbana (UERJ) e Marketing (UCAM), MBKM em Gestão do Conhecimento e Inteligência Empresarial (CRIE/COPPE/UFRJ) Rua Benedito Otoni, 29, São Cristóvão, Rio de Janeiro, RJ, CEP. 20940-180. E-mail: vladimir@osklen.com.br

¹ Este artigo foi baseado na dissertação “Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa”, defendida em abril de 2009 sob orientação da professora-doutora Sarita Albagli, como requisito à obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação pelo convênio UFF/IBICT.

fordista / taylorista para o regime pós-fordista; a busca de superação da rigidez produtiva por uma maior flexibilidade de processos, mercados e trabalhadores (HARVEY, 1993); a transição do industrialismo para o informacionalismo (CASTELLS, 2006). Neste contexto, a economia criativa – proposição de meados dos anos 1990 – é aqui considerada como uma das alternativas possíveis para a reestruturação do capital ao lançar mão, para tanto, não apenas das capacidades cognitivas e comunicacionais de seus atores, mas também de uma multiplicidade de idéias-força que emergem da crise instalada a partir da segunda metade do século passado. O que apresentaremos aqui – de maneira alguma exaustiva – são as características de algumas dessas idéias-força que compõem parte do vocabulário e do imaginário do capitalismo contemporâneo: virtuosismo, multiplicidade, nomadismo, inovatividade, desejo de (auto)expressão etc. Um ambiente conformado por – e conformador de – múltiplos valores e estilos de vida, a partir dos quais o capital realiza parte de seus agenciamentos e instaura diversas práticas empreendedoras no mundo contemporâneo.

Crise do capital, pós-fordismo e os novos insumos produtivos de caráter social, cultural e identitário

Caracterizada como uma crise estrutural do capital expressa em termos econômicos (HARVEY, 1993; ANTUNES, 2006), a crise do fordismo, para alguns, representou, na verdade, a falência de um padrão de dominação. Um problema cuja solução residia no restabelecimento da autoridade e na busca de novos padrões de dominação (HOLLOWAY, 1987, p.132 *apud* ANTUNES, 2006, p.31). Com o advento do neoliberalismo da era Thatcher-Reagan, o capital voltou a se reorganizar tendo como foco o regime de acumulação, mantendo intacto o modo de produção. O objetivo era buscar alternativas que conferissem maior dinamismo ao processo produtivo (ANTUNES, 2006, p.31 e seg.).

Gestou-se, assim, a transição do padrão fordista / taylorista para o que Harvey (1993) denomina de “acumulação flexível”, e que comportava o “surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação (...)” (HARVEY, 1993, p.140). Uma aceleração do tempo de giro na produção que trouxe, em seu bojo, o aumento na troca e no consumo, propiciando o advento de uma “sociedade de descartes”. Tal ênfase na obsolescência instantânea fez soçobrar a experiência cotidiana comum e fomentou o que Sennett (2007, p.27) denomina de “corrosão do caráter”, uma incapacidade de constituição de laços de longa duração, desintegrando o senso de identidade a eles associada.

Por outro lado, a viabilização dessa aceleração contou também com o salto tecnológico que ocorreu concomitantemente à eclosão da crise. Uma revolução que assumiu uma centralidade nesse processo, como Castells (2006)² procura demonstrar. Suas proposições relacionam-se com a análise de Harvey (1993) no que tange a noção de flexibilidade, sobre a qual faz recair – assim como sobre a idéia de adaptabilidade – o foco da inovação tecnológica e da transformação organizacional que vem daqueles dias até o presente. Na verdade, tais elementos tornaram-se cruciais para garantir velocidade e eficiência à reestruturação capitalista e para que se instaurasse o que ele denomina de informacionalismo: a nova base material, tecnológica, da atividade

² Ressalta, no entanto, que não acredita que formas e processos sociais decorram de transformações tecnológicas – nem vice-versa –, ocorrendo entre ambos, na verdade, um complexo padrão interativo (CASTELLS, 2006, p.43).

econômica e da organização social (CASTELLS, 2006, p.51), responsável pela “expansão e [pelo] rejuvenescimento do capitalismo” (CASTELLS, 2006, p.56).

Compreendamos melhor alguns dos principais aspectos dos novos paradigmas produtivos que passaram a vigorar com o pós-fordismo, em particular aqueles que ganharam centralidade, no nosso entender, na constituição da ambiência sobre a qual se instaurou a economia criativa e onde o capital pode se municiar de elementos para o seu redimensionamento.

Informacionalismo e globalismo em rede

Um novo paradigma tecnológico, baseado na tecnologia da informação, conformou-se nos Estados Unidos a partir da década de 1970 (CASTELLS, 2006, p.43), compreendendo transformações cruciais para a reestruturação do capitalismo a partir da década de 1980 e, por sua vez, para que pudesse moldar o informacionalismo (CASTELLS, 2006, p.103). Diferentemente do modo de desenvolvimento industrial, o cerne da produtividade do informacionalismo encontra-se no emprego de tecnologia de geração de conhecimentos, de processamento informacional e de comunicação de símbolos: conhecimento atuando sobre conhecimento em um círculo virtuoso no qual “o processamento da informação é focalizado na melhoria da tecnologia do processamento da informação como fonte de produtividade” (CASTELLS, 2006, p.53-54), transformando a própria informação em produto desse processo.

Além disso, a atuação desse modo de desenvolvimento caracteriza-se por ser também global e em rede. Global na medida em que seus elementos constituintes (de matérias-primas a mão de obra, de capital a tecnologias, de mercados a trabalho, de processos produtivos a circulação etc.) estão todos organizados em escala global³ (embora parte da economia ainda continue sendo local e regional). E em rede “porque (...) a produtividade é gerada, e a concorrência é feita, em uma rede global de interações entre redes empresariais” (CASTELLS, 2006, p.119). É a convergência de todos esses elementos, portanto, em um determinado momento histórico, que fez deste um sistema econômico efetivamente distinto do existente até então, embora eles não se oponham.

Desmaterialização do trabalho e economia do conhecimento

Esse mundo em profundas transformações é o mesmo que, na análise de Gorz (2005), vem testemunhando a gradual desmaterialização do trabalho. Este – até então medido pela relação entre unidades produzidas *versus* unidades de tempo – torna-se cada vez mais imaterial. O conhecimento tornou-se a nova principal força produtiva, o elemento verdadeiramente valorizado por esta economia (GORZ, 2005; CASTELLS, 2006). No entanto, a mudança do material para o imaterial trouxe consigo um possível paradoxo: as novas competências e as

³ “Segundo Fernand Braudel e Immanuel Wallerstein, economia mundial, ou seja, uma economia em que a acumulação de capital avança por todo o mundo, existe no Ocidente, no mínimo, desde o século XVI. *Uma economia global é algo diferente: é uma economia com capacidade de funcionar como uma unidade em tempo real, em escala planetária.*” (CASTELLS, 2006, p.142, itálicos do autor); outro aspecto importante de ser mencionado é o fato de que a economia é global e afeta toda a humanidade, mas não é necessariamente planetária, ou seja, não abrange todos os territórios nem abarca todos os processos econômicos do planeta.

habilidades de que as empresas necessitam para lidar com a flexibilidade, com a adaptabilidade e com a reconstrução de identidades encontram-se no nível da vida cotidiana das pessoas; o que as empresas passaram a valorizar e a explorar comercialmente é um recurso coletivamente produzido (GORZ, 2005). Um capital humano que se produz sobre uma base cultural e sobre saberes comuns socialmente transmitidos, portanto não completamente apreendidos pelas empresas. “Os trabalhadores pós-fordistas (...) devem entrar no processo de produção com toda a bagagem cultural (...). É seu saber vernacular que a empresa pós-fordista põe para trabalhar, e explora” (GORZ, 2005, p.19). Uma “exploração de segundo grau” (MOULIER-BOUTANG, 2000 *apud* GORZ, 2005, p.19), na qual o trabalhador passa a ser também um produto que continua a produzir-se a si mesmo. Trabalhar no mundo pós-fordista passou a significar uma remissão ao *general intellect*, de Marx, a atividade intelectual exteriorizada e coletiva, “verdadeiro motor da produção de riquezas”. Trata-se de uma “mobilização total de si”, inclusive e principalmente por trazer em seu bojo tudo o que se encontrava, no regime fordista, fora do trabalho, no tempo livre do trabalhador. Esta “mobilização total”, porém, carrega um entrave que só pode ser abolido com o advento do auto-empresendedorismo e a supressão da relação salarial: “a pessoa deve, para si mesma, tornar-se uma empresa; ela deve se tornar, como força de trabalho, um capital fixo que exige ser continuamente reproduzido, modernizado, alargado, valorizado” (GORZ, 2005, p.23, *itálicos do autor*). Portanto, ao substituir o operário-massa da social-democracia fordista-keynesianista pela figura do trabalhador individualizado auto-empresendedor, o capitalismo contemporâneo pode efetivamente pôr para trabalhar a vida e as pessoas, fazendo inclusive desaparecer a fronteira entre mundo do trabalho e mundo da vida. Não tanto por estes mobilizarem as mesmas competências e habilidades, mas porque o cálculo econômico e do valor consegue fazer com que o tempo da vida transforme-se por completo. A vida torna-se mercadoria.

Neste contexto, economia do conhecimento indica a centralidade assumida pelo conhecimento como fator de produção, assim como esclarece que “os produtos da atividade social não são mais (...) produtos do trabalho cristalizado, mas sim do conhecimento cristalizado” (GORZ, 2005, p.29). Na verdade, não deixam de ser fruto de trabalho. Apenas aponta-se, com esta passagem, para o fato de que o valor de troca das mercadorias – materiais ou não – não reside mais na quantidade de trabalho social nelas presente (ao menos nos moldes conhecidos até então), deslocando-se para a quantidade de conteúdos – de “inteligências gerais” – ali envolvidos. A desmaterialização do trabalho e a economia do conhecimento, ao transformarem os ativos criativos em elementos centrais para a produtividade e a competitividade empresarial, abriram espaço, portanto, para a expansão dos segmentos que produzem e circulam bens simbólicos.

Foi certamente neste contexto que despontou, na última década do século XX, a discussão em torno da economia criativa e da importância de suas indústrias, como apresentaremos mais adiante. Antes, compreendamos melhor as transformações em torno da cultura de consumo, da identidade e dos estilos de vida, ambiência à qual tais indústrias irão se reportar.

Cultura do consumo, ser e identidade

Como já foi dito, a aceleração do tempo de giro na produção trouxe consigo o aumento de giro na troca e no consumo, moldando uma cultura ao redor deste, de modo a apontar abordagens que não vêm nele algo que derive somente, simples e inequivocadamente, da produção (FEATHERSTONE, 1995). Centramos, portanto, nossa discussão na constituição de uma cultura do consumo utilizando como vetor a síntese proposta por Lipovetsky (2007) para “as três eras do

capitalismo de consumo”. O primeiro desses ciclos deu-se com o advento dos mercados de massa a partir da década de 1880, estendendo-se até o término da Segunda Guerra Mundial. Ressalta, no entanto, que o capitalismo de consumo compreendeu não apenas a produção de massa, em si, mas também a invenção do marketing de massa e do consumidor moderno, ressaltando três importantes aspectos: o desenvolvimento das primeiras marcas, a possibilidade de condicionamento e a atuação da publicidade.

O segundo ciclo das economias de consumo surgiu por volta de 1950 e se estendeu pelas três décadas subseqüentes. Caracterizou-se pela abundância e tornou-se modelo, por excelência, da sociedade do consumo de massa. É o momento do auto-serviço e das grandes áreas (supermercados e, posteriormente, hipermercados) a fazerem o seu papel como distribuidores de massa para a produção e o consumo de massa que tão bem caracterizaram a primeira fase. A sociedade que nasceu nessa fase visava, assim, incrementar o Produto Nacional Bruto – PNB e aumentar o nível de vida; celebrava a ênfase no conforto material e na modernização dos equipamentos domésticos; e se mobilizava em prol de um cotidiano fácil e confortável como sinônimo de felicidade (mesmo que não tenha sido bem assim). Essa foi a fase na qual se construiu a ambiência anteriormente descrita por Harvey (1993) e que conferirá grande poder ao “complô da moda” que Lipovetsky (2007, p.34) aponta para este período⁴, o que o faz ressaltar que se vivia aqui em um hibridismo que combinava a lógica fordista com a “lógica-moda”. O que a sociedade de consumo erigida ao longo dessa fase fez foi, portanto, destradicionalizar a esfera do consumo e privatizar os modos de vida.

Esse ciclo encerrou-se, porém, em fins dos anos 1970. Por sua vez, o que se iniciou a partir das duas últimas décadas do século passado – que Lipovetsky (2007) chama de sociedade do hiperconsumo – caracteriza-se, também, por mudanças que engendraram uma economia da variedade. Uma transformação que se opera a partir da emergência da dinâmica de personalização de produtos e serviços propiciada pela revolução tecnológica baseada na microeletrônica e na informática. Um novo *modus operandi* do sistema capitalista em resposta ao fato de que os ganhos de produtividade, em uma economia cada vez mais globalizada, já não são mais suficientes. São os novos produtos – reais ou frutos de reposicionamentos – que passam a construir a vantagem competitiva e a realizar o aumento das vendas.

Para Lipovetsky (2007), este é, porém, um momento que também traz em si uma possível busca de práticas alternativas: a religião deixa de ser um freio ao consumo e o indivíduo passa a buscar, no exterior, uma essência, um divino, um sentido para a vida que a própria religião institucionalizada já não mais consegue oferecer; a ética também entra em cena, fazendo crescer o consumo de produtos socialmente corretos e verdes. Na verdade, Lipovetsky (2007) aponta que todas as grandes instituições são reformatadas diante do hiperconsumo. E tudo isso, em sua opinião, em busca de uma afirmação da subjetividade e da identidade pessoal, fruto de uma maior reflexividade consumidora e de uma época em que – ao passo em que se tem mais acesso à informação – há cada vez mais a impressão de que o controle de sua própria existência se lhes escapa às mãos. Nesse contexto, apesar de se instaurar para este consumidor uma suposta vitória do “ser” sobre o “parecer”, não demonstrando tanta obsessão pela imagem que é oferecida ao outro, ainda assim “suas decisões de compra são mais dependentes da dimensão imaginária das

⁴ Vale comentar que a mobilização da moda aqui mencionada é, na verdade, “um mecanismo social expressivo de uma nova temporalidade de curta duração” (BARBOSA, 2004, p.25). Vai para além do vestuário, em si, e se estende para ornamentos, decoração, estilos de vida e atividades diversas, como aponta Harvey (1993). Seu advento passa a celebrar o presente social, o mundo do aqui e agora. Suas referências são os contemporâneos, não o passado. E está imersa em uma lógica das mudanças menores e dos detalhes. “Ela possui como princípio regulador e constante o gosto pela novidade e não a promoção de mudanças fundamentais” (BARBOSA, 2004, p.25).

marcas”⁵. Ou seja, dos valores e da visão de mundo que as empresas constroem e disseminam através da publicidade e da identidade visual (corporativa e de marca). No fundo, as transformações comentadas por Lipovetsky (2007) apontam, no nosso entender, para a grande confusão de sentimentos que se instaurou diante da volatilidade e da efemeridade apontadas por Harvey (1993, p.263) quando da passagem do paradigma fordista para o da acumulação flexível. A partir do pós-fordismo, tornou-se difícil manter qualquer sentido firme de continuidade. Hábitos mais seguros e valores mais duradouros passam a ser perseguidos (mesmo que também sejam cooptados e mercantilizados pelo próprio sistema causador desses impactos disruptivos sobre o ser e a coletividade). Engendra-se a já referida incapacidade de constituição de laços de longa duração, que desintegra o senso de identidade a eles associada (SENNETT, 2007). Mas aponta também para uma discussão sobre o papel das identidades no mundo contemporâneo.

Isto porque, quando o fordismo – modelo estruturante das relações sociais de boa parte do século XX – entrou em colapso, uma nova estrutura social também começou a emergir. E, em paralelo, uma nova representação da sociedade. Nessa reestruturação social, percebemos a preeminência da identidade como seu princípio organizador, em detrimento de outros fatores externos legitimadores da coletividade – como o religioso na Idade Média, o político na Ilustração, ou mesmo o econômico e o social da Revolução Industrial e da luta de classes marxista – a nortear a leitura do mundo fordista (TOURAINÉ, 2007). Encontramo-nos, assim, diante do processo de declínio e enfraquecimento daquilo que Touraine (2007) denomina de “modelo europeu de modernização”, um modo de desenvolvimento que, no século XX, teve na sociedade de massa sua forma mais acabada, e nos Estados Unidos o país de destaque.

Esse fim do social a que se refere Touraine (2007) é, na verdade, representado pela ascensão do empenho coletivo na produção de si pelos próprios indivíduos, em substituição à antiga concepção de sociedade fundada nela mesma. Deixamos, portanto, de falar sobre a vida coletiva em termos sociais, para falarmos de nós mesmos em termos culturais: religião, corpo, sexualidade etc. A despeito do que possamos depreender dessa passagem, no entanto, a ascensão da identidade como fator organizador do social não engendra, necessariamente, um mundo somente de sujeitos. Mas talvez suscite a impressão de estarmos vivendo em um mundo onde nos é permitido desejar (ou mesmo incentivado a exercer) a (auto)expressão. Um sentimento – verdadeiro ou ilusório, não importa –, facilmente manipulável e que, por isso, será mobilizado pelo referido espírito do capitalismo e cooptado pelo empreendedimentismo presente na economia criativa, que o transformará, a um só tempo, em processo produtivo e produto desse processo.

Compreendamos melhor a noção de economia criativa e algumas das possíveis manifestações da identidade do sujeito contemporâneo que ela mobiliza e agencia em seu processo produtivo.

Economia criativa e o empreendedimentismo de novos insumos sociais, culturais e identitários

Segundo Miguez (2007, p.8), “as indústrias culturais (...) não chegaram a configurar uma disciplina específica no campo da economia, tendo sido estudadas ao longo de toda a primeira metade do século XX apenas como mais um ramo no âmbito da economia industrial”. A primeira grande virada, neste sentido, ocorreu em 1947, quando Adorno e Horkheimer cunharam

⁵ A busca por autenticidade no consumo é largamente abordada pela literatura de marketing, como podemos depreender em LEWIS; BRIDGES, 2004 e GILMORE; PINE II, 2008.

a expressão “Indústria Cultural”: “o nome genérico que se dá ao conjunto de empresas e instituições cuja principal atividade econômica é a produção de cultura, com fins lucrativos e mercantis” (LIMA, 2006, p.7). Indústria cultural e economia da cultura atravessam a segunda metade do século XX até que, na última década do século passado, “surgem diversos aparatos conceituais (...) para descrever as atividades econômicas que produzem conteúdos simbólicos” (SEGERS; HUJIGH, 2006 *apud* LIMA, 2006, p.7). Um desses conceitos – indústria criativa – estabeleceu-se como uma extensão da indústria cultural, porém fugindo do debate clássico sobre a mercantilização da cultura, enfatizando a relação entre a criatividade e a economia no sentido de produzir e circular bens simbólicos.

A expressão surgiu em meados dos anos 1990, no âmbito das políticas públicas, em resposta “à necessidade de promover a revitalização de determinadas regiões e cidades”, classificando as atividades culturais tradicionais, ao mesmo tempo em que enfatizava o papel da arte e da cultura na promoção de inovação e crescimento econômico (LIMA, 2006, p.7). Ressalta-se, neste sentido, o pioneirismo da Austrália quando, em 1994, formulou o conceito de *creative nation* para embasar “uma política cultural voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país” (MIGUEZ, 2007, p.5). Em 1997 foi a vez da Inglaterra⁶ quando o partido trabalhista do então primeiro ministro Tony Blair identificou “as indústrias criativas como um setor particular da economia [reconhecendo] a necessidade de políticas públicas específicas que potencializem o seu expressivo ritmo de crescimento” (MIGUEZ, 2007, p.5). Embora usada como sinônimo de indústria cultural até o final dos anos 1990, indústria criativa diferencia-se daquela em função da abrangência dos termos:

the term cultural industries refers to industries which combine the creation, production and commercialization of creative contents which are intangible and cultural in nature. (...) The term creative industries encompasses a broader range of activities which include the cultural industries plus all cultural or artistic production, whether live or produced as an individual unit. The creative industries are those in which the product or service contains a substantial element of artistic or creative endeavour and include activities such as architecture and advertising (UNESCO, 2006, [p.2]).

Assim, a economia criativa, com seus vínculos macro e micro com a economia como um todo, é vista como “uma nova estratégia de desenvolvimento, capaz de criar empregos e divisas de exportação, gerar crescimento econômico e promover inclusão social, diversidade cultural e direitos humanos” (SANTOS *apud* FONSECA, 2006). É parte, portanto, de uma estratégia geral de se repensar a economia global e, neste sentido, vista aqui como agente do processo de reestruturação e revitalização do capitalismo após a crise do paradigma fordista da década de 1970, conforme já relatado.

Um processo, no nosso entender, não mais centrado na transformação (da natureza ou do outro), na dicotomia do binômio tempo do trabalho/tempo do lazer e na homogeneização da sociedade de massa, mas sim na mobilização e agenciamento de novos valores e estilos de vida múltiplos e alternativos, conformados por – e constituintes de – virtualidades (potencialidades) e

⁶ No Brasil, o debate só começa em 2004, com a realização da XI Conferência da United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD, em São Paulo, e de um painel exclusivamente dedicado à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento.

imaterialidades (habilidades cognitivas e capacidades comunicativas), cujas características a seguir apresentadas compõem alguns dos insumos atuais do processo produtivo.

Multiplicidade, publicização do intelecto e virtuosismo

A crise da sociedade fordista não abriu espaço apenas para a centralidade das identidades (TOURAINÉ, 2007). Abriu espaço também para deixarmos de pensar no indivíduo apenas como parte integrante de um povo – conceito associado à existência do Estado –, para pensarmos nele também como pertencente a uma multidão, aqui vista como “a forma de existência política e social dos muitos enquanto muitos” (VIRNO, 2001, p.2). O conceito de multidão é defendido por Virno (2001) em função de a já referida desmaterialização do trabalho trazer à tona alguns fenômenos que se tornam ininteligíveis se analisados de outra forma: jogos lingüísticos, formas de vida, tendências éticas, entre outros aspectos associados à produção material no mundo contemporâneo. Multidão é, assim, o termo unitário que Virno (2001, p.38) propõe para designar a forma de vida e os jogos lingüísticos do mundo contemporâneo: “o Uno não é mais uma promessa, mas uma premissa” (VIRNO, 2001, p.4). Podemos entender a emergência dessa premissa pela já mencionada noção marxista de *general intellect*, que é o intelecto tornado público e posto em primeiro plano, resultando daí que “a estrutura lingüística mais geral e abstrata se faça instrumento para orientar a própria conduta” dos indivíduos. É este caráter exterior, social e coletivo da atividade intelectual que se torna, hoje em dia – e mesmo para Marx, já no século XIX –, “o verdadeiro motor da produção de riqueza” (VIRNO, 2001, p.8-9).

Não pensemos, porém, que a multidão marca o fim da classe trabalhadora. Virno (2001) ressalta que esta não se reduz a uma simples coincidência com determinados hábitos, usos ou costumes. Significa, na verdade, tão somente o sujeito produtor de mais-valia. Neste sentido, a classe trabalhadora no mundo contemporâneo – o trabalho vivo subordinado – coincide com a própria noção de multidão, com sua cooperação cognitiva e lingüística. Trabalho e intelecto fundem-se, assim, na multidão e fazem vir à tona a base sobre a qual esta noção é construída no mundo contemporâneo: a partir da desintegração da divisão clássica da experiência humana em trabalho (ou *poiesis*), ação política (ou *práxis*) e intelecto (ou vida da mente). Uma distinção clara e precisa até a época fordista, hoje sem sentido, visto que o trabalho pós-fordista passou a absorver inúmeras características típicas à ação política, com as quais se hibridizou, engendrando um dos traços fisionômicos da multidão contemporânea.

Esta subsunção de características da ação política ao processo de trabalho nos remete a outra importante característica da multidão contemporânea: o seu virtuosismo, compreendido como “a capacidade peculiar de um artista executante” (VIRNO, 2001, p.15) sem, no entanto, restringir-se a definição de artista: este é tanto o exímio pianista quanto o orador persuasivo; tanto o bailarino brilhante quanto o sacerdote de sermão sugestivo. O que caracteriza a atividade do virtuoso é a execução de algo cuja finalidade encontra-se em si mesma, sem se depositar em um produto acabado ou duradouro (a *performance* do bailarino não deixa atrás de si um objeto palpável distinto da execução propriamente dita). Além disso, é algo que exige a presença do outro, de um público. Seu sentido reside no fato, em si, de ser visto ou escutado. O virtuosismo do trabalho contemporâneo assenta-se fundamentalmente sobre a linguagem, sobre a atividade do falante. O que quer dizer que “a matriz do pós-fordismo se encontrará no setor industrial em que exista ‘produção de comunicação por meio de comunicação’. Portanto, na indústria cultural” (VIRNO, 2001, p.17). Quando, porém, o produto torna-se inseparável do ato de produção, este se refere inexoravelmente à pessoa que o realiza, tornando dito “virtuosismo” – e a “partitura” que

o direciona – parte de uma relação que é regulada pelas normas de funcionamento da empresa capitalista. O intelecto geral é, assim, não uma mera conquista da humanidade – uma eventual libertação do jugo fordista –, mas o eixo central para a perpetuação do trabalho assalariado e da produção de mais-valia (VIRNO, 2001, p.24). Na verdade um virtuosismo servil.

Esta sujeição nos remete ao fato de que a multidão é, acima de tudo, uma rede de indivíduos, uma multiplicidade de singularidades. A experiência coletiva é, ao contrário do que possa parecer, o terreno onde surge uma nova individuação: “na participação em um coletivo, o sujeito, longe de renunciar aos seus traços mais peculiares, tem a ocasião de individuar, ao menos em parte, a cota de realidade pré-individual que leva sempre consigo” (VIRNO, 2001, p.29). Somos, assim, indivíduos-sociais⁷ e multidão, o nome dado ao seu conjunto.

Nomadismo

Informacionalismo, imaterialidade, multiplicidade, virtuosismo e, sobretudo, a busca pelo novo como se fosse o Graal do mundo contemporâneo. Estes e outros aspectos nos suscitam uma abordagem sobre outro importante elemento que, no nosso entender, faz parte da ambiência contemporânea sobre a qual as indústrias criativas atuam: o nomadismo. Para tanto, embasamos nossa síntese na obra de Maffesoli (2001), para quem este desejo contemporâneo de errância é fruto do ressurgimento de estruturas imutáveis, de uma constante antropológica. No caso específico de nossos dias, um movimento contrário ao projeto de modernidade construído ao longo dos últimos séculos e fruto dos questionamentos suscitados pela crise estrutural do capital observada na segunda metade do século XX, como já comentada.

Maffesoli (2001) pondera que o nomadismo é a antítese da ordem social preconizada pela instauração do Estado moderno. Para este, torna-se importante a supressão de formas de vida consideradas arcaicas, em particular promovendo a fixação do indivíduo. Fruto de uma “fantasia” em prol da constituição do uno, essa fixação dos indivíduos torna-se necessária para sua dominação e controle. Um dos mecanismos para lograr êxito nesta dominação é a domesticação do termo: a errância cotidiana do trabalho, a errância sazonal do turismo, a errância advinda da economia, tudo se transforma em “mobilidade” (MAFFESOLI, 2001, p.29). Outro mecanismo é o fomento à especialização, tão bem compreendido por Taylor durante o período fordista. Embora tenhamos aprendido a ver nisso a marca de uma superioridade ou mesmo de um progresso, a especialização – a imobilização em uma função – pode provocar, na verdade, um fechamento ou, para usar uma expressão “durkheimiana” citada por Maffesoli (2001, p.24), um “bloqueio da circulação social”. A regulamentação dessa circulação é a preocupação por excelência do poder, que se esforça para que “tudo funcione bem”, ou seja, para que nada escape ao controle. O que podemos observar, nos dias de hoje, é que este fechamento engendrado pela modernidade ao longo de séculos começa a dar sinais de fraqueza. E, para Maffesoli (2001, p.28-29), pouco se lhe importam quais sejam os seus vetores: se os *hippies* ou se os jovens sem um ponto de referência; se os vagabundos das grandes cidades ou se as hordas de turistas em férias. Para ele, mesmo que de uma forma inconsciente, a idéia de movimento volta a estar presente em todas as cabeças. É um novo espírito do tempo, marcado pelo paradoxo da aceitação do mundo como ele é e, concomitantemente, a recusa de valores pré-estabelecidos, a “nos incitar a ver na errância, ou nomadismo, um valor social a muitos títulos exemplar.”

⁷ Oxímoro proposto por Marx onde “social” traduz-se por pré-individual e “indivíduo”, como o processo final da individuação (VIRNO, 2001, p.30).

Paradoxal ainda porque se vale, para promover a sua volta à errância, o seu desejo do “outro lugar”, da mesma tecno-estrutura instaurada para fixá-lo e dominá-lo.

O homem contemporâneo vê-se, assim, diante de um “enraizamento dinâmico”, um oximoro que designa o arcaísmo da aventura travestido de atualidade: um estado no qual o indivíduo encontra-se diante da possibilidade de evasão e de vivência de experiências – individuais e coletivas – por conta do acesso às tecnologias e às diferentes redes eletrônicas de informação e comunicação. Embora pertença a um lugar, este indivíduo existe na(s) relação(ões) e tem, no ciberespaço, as potencialidades inesgotáveis do enriquecimento cultural que costuma advir da circulação e da mobilidade. Importante ressaltar, no entanto, que Maffesoli (2001, p. 69-70) não acredita que o espírito libertário do momento nos indique uma exacerbação do individualismo ou de um narcisismo efêmero. Para ele, o que está em jogo é menos o “eu empírico” (o ego cartesiano) e mais o “eu original” do budismo. O que o nomadismo contemporâneo faz é beber de diversas fontes os elementos que o racionalismo ocidental se esforça em marginalizar ou ocultar, apontando para a “orientalização do mundo” como centro da sociabilização atual. “Assim a liberdade do errante não é a do indivíduo, ecônomo de si e ecônomo do mundo, mas exatamente a da pessoa que busca de um modo místico ‘a experiência do ser’”. Uma experiência que, a seu ver, é antes de tudo comunitária e que visa, de alguma maneira, viver alguma coisa de universal – a que ele chama de “valores humanistas” – para fortalecer a personalidade.

O nomadismo torna-se uma metáfora que pode suscitar a compreensão de que a pessoa não se reduz a uma simples e única identidade, e que pode desempenhar papéis diversos através de identificações múltiplas. Por isso, a fuga é necessária. E o é ainda mais ao se perceber que o espaço de onde se foge tanto pode ser o território *stricto sensu*, quanto o espaço oriundo do indivíduo fechado em si mesmo. E é sobre este imaginário, sobre o desejo de evasão desse encarceramento – quer sob a forma de um nomadismo físico, quer sob a forma da liberação do potencial criativo humano aprisionado – que as indústrias criativas atuarão, inclusive promovendo o empreendedimentismo de estilos de vida alternativos ao predominante no mundo fordista. Vejamos como, a seguir.

Boêmia empreendedora e acontecimentalista

Em um estudo sobre a classe teatral alemã, Eikhof e Haunschild (2006) chamam a atenção para o fato de artistas, nas indústrias criativas, precisarem preencher a lacuna existente entre o fazer artístico e as necessidades econômicas de auto-gestão. E procuram demonstrar que tais profissionais valem-se de um determinado estilo de vida para apoiá-los nesta difícil tarefa. Para descrever este amálgama entre o artista e o empreendedor, cunham a expressão “empreendedor boêmio”. Nossa intenção aqui é ressaltar a centralidade que esta “boêmia empreendedora” adquire nos esforços contemporâneos de reestruturação e perpetuação do capital, assim como na dinâmica da economia criativa como um todo. Visa contextualizar o crescente desejo contemporâneo por (auto)expressão. Vale ressaltar, também, o quanto os princípios desse estilo de vida – seu imaginário – acabam virando referência e aspiração para outras indústrias em tempos de mercantilização do imaterial. Vejamos que estilo de vida é este e de que forma ele pode ser resgatado e cooptado pelas indústrias atuantes na economia criativa.

Estilos de vida caracterizam-se por padrões de percepção, gosto e comportamento compartilhados coletivamente. Tais padrões encontram-se enraizados em classes e grupamentos sociais, passando a ser significativamente moldados a partir da emergência da organização do

trabalho. Assim, a partir do século XIX, um estilo de vida começou a se formar em contraposição aos valores e normas dos estilos de vida de outros segmentos da sociedade europeia ocidental, em particular aqueles da nascente burguesia. Chamado de boêmio⁸ em um sentido amplo, tal estilo de vida caracterizou-se por um conjunto de princípios ou ideais – espontaneidade, emprego esporádico, ausência de renda, improvisação contínua etc. – e por levar uma vida de subsistência e de aproveitamento de cada momento, ao invés de se subordinar à rotina de um trabalho. Na verdade, este nem era visto como um meio de se ganhar a vida, mas como uma forma de auto-realização. Como a maior parte desses boêmios era composta por artistas, a auto-realização através do trabalho passou a equivaler à expressão artística ou à participação em um mundo “da arte pelo prazer da arte”. Acima de tudo, a motivação para o trabalho era a integração do trabalho e da vida em uma forma de vida tida, ela própria, como uma obra de arte ou um fazer artístico.

Apesar da heterogeneidade desses grupos, seu membro típico era um jovem artista ainda não bem-sucedido. Dotados de um alto grau de individualismo, egoísmo e narcisismo, tais jovens possuíam, no entanto, um forte senso de pertencimento comunitário. Segundo Eikhof e Haunschild (2006), porém, a combinação desses elementos – egoísmo, coletivismo e não-permanência – fez com que houvesse uma forte valorização dos espaços públicos de socialização e comunicação com outros boêmios, como cafés, pubs, restaurantes. Acredita-se que o perfil clássico desse jovem boêmio do século XIX ainda persista como referência para artistas e para os que aspiram a sê-lo. No entanto, mudanças ocorridas nas sociedades ao longo do período vêm provocando inevitáveis modificações em suas características. Além disso, percebe-se um crescente aumento de trabalhadores criativos e do conhecimento adaptando características desse estilo de vida (EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006, p.237). Percebe-se, assim, que, apesar de ser um termo originalmente empregado para designar apenas artistas desempregados ou empregados irregularmente, a compreensão contemporânea de “boêmio” tornou-se bem mais ampla. Esses autores ressaltam, no entanto, que uma coisa não mudou:

For artists, lifestyle and work activities are strongly linked. A bohemian lifestyle helps to amalgamate work and life and to follow only the logic of *l'art pour l'art* in doing so. (...) The exploration of the role of bohemian lifestyle in artists' life is thus essential for a deeper understanding of self-entrepreneurs in the creative industries (EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006, p.237).

Acreditam ainda que, ao introduzir o antagonismo abstrato entre arte e negócios na análise dos empreendedores criativos contemporâneos, o estilo de vida boêmio conforma-se em um conceito que pode contribuir para a compreensão da relação existente entre o comportamento individual dos trabalhadores criativos e as estruturas sociais. Algo importante, em nossa compreensão, na medida em que Eikhof e Haunschild (2006, p.239-240) caracterizam as indústrias criativas como aquelas que dependem da motivação artística como recurso primário para a produção, embora ressaltem que o grau com que os trabalhadores dessas indústrias percebem-se a si mesmos como artistas, e se guiam por princípios boêmios, varie muito. Chamam, no entanto, atenção para a sua enorme devoção de vida e energia ao trabalho o que, em termos empreendedores, quer dizer que

⁸ Em alusão aos ciganos, chamados de “boêmios” por conta de sua origem ser, primordialmente, a região alemã da Bohemia (EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006, p.236).

exploram seus recursos individuais de uma forma talvez mais ampla que os trabalhadores de outras indústrias (EIKHOF; HAUNSCHILD, 2006, p.240).

Apesar de não se referirem diretamente à arte, gostaríamos aqui de relacionar as reflexões de Lazzarato (2006) acerca da filosofia do acontecimento, como formulada por Gilles Deleuze a partir de Gabriel Tarde e de Leibniz, com a ambiência na qual atuam esses jovens boêmios empreendedores acima descritos. Em particular por um ponto específico de tangência entre uma (a arte) e outro (o acontecimento) que merece a nossa atenção: o mundo de possibilidades que ambos suscitam.

Começamos pela síntese feita por Lazzarato (2006) sobre a compreensão deleuzeana de acontecimento, para a qual este é um possível que, ao contrário do que concebe originalmente Leibniz no século XIX, não existe *a priori*. Ele precisa ser criado. Ele traz à luz, ao mesmo tempo, o que há de intolerável em uma época e o que há de novo em termos de possibilidades de vida. Embora sejam mais reais do que na proposição “leibniziana”, essas novas possibilidades que emergem só existem, de fato, no interior daquilo que as exprime (signos, linguagem, gestos), e se atualizam ou se efetuem nos agenciamentos maquínicos (nos corpos) (LAZZARATO, 2006, p.17). Acrescenta ainda que existem duas maneiras de pensarmos e praticarmos o possível: uma diz respeito ao par conceitual “possível / realização”; outra, ao par “criação de possíveis / efetivação”. No primeiro caso, a divisão entre os possíveis é dada por oposições binárias simples: homem / mulher, trabalho / lazer, natureza / sociedade etc. Em tal concepção, “nossas percepções, gostos, afetos, desejos, papéis, funções já estão contidas nos limites dessas oposições dicotômicas” (LAZZARATO, 2006, p.17-18). Já no segundo, não somos mais orientados a pensar em termos de alternativas preconcebidas do tipo “ou / ou”, como no primeiro caso.

Este possível é o que Deleuze denomina de “virtual” (LAZZARATO, 2006, p.18) e é sobre esta segunda forma de manifestação do possível que iremos transcorrer nesta seção, por sua concepção diametralmente oposta à proposição binária detectada no mundo fordista, e perfeitamente sinérgica com o que é apresentado, em outras partes deste artigo, sobre imaterialidade, mobilização total de si, empreendimento de uma vida tornada, ela mesma, um fazer artístico etc. Nas palavras de Lazzarato (2006, p.18): “o possível é (...) produção do novo. (...) Apaixonamo-nos menos por uma pessoa do que pelo mundo de possíveis que ela carrega”. A efetuação de possíveis criados, ao invés da realização de um único possível, traz à tona uma perspectiva distinta da já conhecida idéia de “transformação” (da natureza ou do outro). O mundo não é mais pensado somente sob o viés da exteriorização de um sujeito sobre um objeto, sob a perspectiva da objetivação de relações subjetivas (fonte da transformação e da dominação da natureza e do outro). Ao nos referirmos à frase “um outro mundo é possível”, passamos a significar a ocorrência de novas misturas de corpos, novas formas de expressão: “ao comunicar, conferimos certa realidade ao mundo possível” (LAZZARATO, 2006, p.22), processo que cria não apenas um novo objeto (uma nova política-mundo, por exemplo), mas um novo sujeito (muito além da classe operária marxista / fordista). Como a linguagem, nesta concepção, caracteriza-se como a realidade do possível enquanto tal, temos que “esse mundo possível (ou da expressão) atua em primeiro lugar no nível da alma enquanto transformação incorporal, que modifica a maneira de sentir, as modalidades de afetar ou de ser afetado” (LAZZARATO, 2006, p.25). Compreende-se assim a dupla dimensão (espiritual e material) do acontecimento, embora não seja uma coisa (sujeito, espírito) ou outra (objeto, matéria).

Já em relação à sociologia de Gabriel Tarde, Lazzarato (2006, p.27-30) ressalta a recuperação que esse autor faz da idéia “leibniziana” de “mônada” como designadora do que constitui o mundo. Sua preocupação é o abismo que se instaura entre sujeito e objeto, natureza e sociedade, sensível e inteligível, alma e corpo após o advento da filosofia de René Descartes. Sua intenção é “restituir a cada mônada sua própria potência de invenção e resistência”. Não tanto para negar as

oposições existentes (sujeito/objeto, natureza/cultura, capital/trabalho etc.), mas para liberar suas potências e virtualidades. Dois importantes aspectos quanto às mônadas “tardianas” dizem respeito ao fato de elas constituírem diferenças – existir, portanto, é diferir – e ao fato de sua ação referir-se ao sentir: agir é modificar o modo de sentir junto. Compreende-se assim que o acontecimento – ou seja, a criação e efetuação de mundos –, sob o prisma da monadologia tardiana, significa uma ação sobre os afetos (crenças, desejos, vontades, inteligências etc.). Se virmos a ação como criação e efetuação de mundos, a distinção hierárquica entre fazer e dizer, entre produção material e ideologia, entre sujeito e objeto, entre a coisa e o signo, não funciona mais (LAZZARATO, 2006, p.32). Portanto, cada mônada é, na verdade, uma unidade especial, visto que constitui uma multiplicidade cuja virtualidade forma uma totalidade. É, além disso, mundo atual e mundo possível (virtual). Pela concepção “tardiana”, “o virtual é a parte incorporal de nossa realidade”. Por outro lado, faz-se necessário levar-se em conta que essa virtualidade permite que o ser seja diferente de si mesmo, o que faz dele algo mais do que uma unidade. As relações transindividuais que subjazem às mônadas fomentam a individualidade. E a diferença de potencial entre os entes dessas relações faz remissão sempre ao sentir, à força afetiva. “A mônada é, com efeito, singularidade, diferença, e a diferença é sentir, *pathos*”. A partir disso compreende-se o papel que a cooperação entre subjetividades irá assumir no pensamento “tardiano”: ela precede a cooperação engendrada ou preconizada pelas relações de trabalho. O que nos leva a crer na precedência da criação e efetuação de mundos (no sentido de criação e efetuação de sensíveis) sobre a divisão do trabalho. “A expressão e a constituição de maneiras de sentir, em vez de depender do modo de produção, são anteriores ao funcionamento da economia” (LAZZARATO, 2006, p.32-33).

Seguindo nessa linha, Lazzarato (2006) apresenta a noção de valor (econômico ou social) de Tarde, para quem aquela é fruto do agenciamento da invenção e da imitação, ao contrário da visão marxista (baseada no trabalho e na produção). O que está em jogo aqui, agora, são a criação e a efetuação de possíveis. E o que caracteriza uma invenção é o fato de ela ser uma cooperação (no sentido de agenciamento de fluxos, de crenças e de desejos, não no sentido da ótica do trabalho) e uma força constituinte. Isto porque faz emergirem forças virtuais a partir dos agenciamentos que realiza (agenciamentos que são, eles próprios, também portadores de novas potências). Uma invenção é, assim, uma co-criação envolvendo uma multidão de mônadas, “uma colaboração (...) de muitas consciências em movimento (...)” (LAZZARATO, 2006, p.45). E essa criação – uma singularidade geradora de possibilidades – deve ser diferenciada de seu momento de efetuação, que ocorre através da repetição e da propagação pela imitação. Ao contrário do que ocorre com o trabalho, os efeitos da criação e da invenção são infinitos. Isto porque a efetuação de uma invenção não significa seu esgotamento. Mesmo fazendo parte de agenciamentos espaço-temporais concretos, do ponto de vista do tempo ela pode sempre participar de novos agenciamentos, indefinidamente. Além disso, é também infinita no espaço, pois segue as subjetividades por onde estas se distribuem. E o mais importante: também ao contrário do trabalho, torna-se imediatamente pública: “ela se dá diante (...) de todos. Esta publicização da invenção convida ao encontro, ao acontecimento, aos possíveis, e não ao reconhecimento intersubjetivo” (LAZZARATO, 2006, p.47).

Segundo Tarde (1989, p.17 *apud* LAZZARATO, 2006, p.75), “o público é uma massa dispersa em que a influência das mentes, umas sobre as outras, se torna uma ação à distância”. Público e indivíduo não tecem, entre si, uma relação de pertencimento exclusivista ou identitário. Ao contrário do que ocorre com a classe ou com as aglomerações, o indivíduo pode tomar parte de mais de um público. Este expressa subjetividades ou mesmo configura formas de socialização que as sociedades disciplinares desconhecem. O indivíduo que faz parte dele é múltiplo e mimético. No interior de um público, portanto, invenções e imitações propagam-se impulsionadas pelas tecnologias que permitem a ação à distância de mentes sobre mentes.

Considerações finais

Com o advento da reestruturação capitalista pós-fordista a explorar imaterialidades e a construir mundos possíveis, talvez seja o caso de nos perguntarmos de que tipos de técnicas e dispositivos – disciplinares ou de controle – as empresas autocentradas em sua cultura e memória valem-se para levarem adiante hoje em dia sua ação no mercado. E talvez possamos inferir que são, ao mesmo tempo, disciplinares (no que diz respeito ao seu público interno) e de controle (no que tange o seu público externo). Depreende-se daí que parte significativa dos públicos contemporâneos – mormente aquela composta por jovens criativos, mesmo que não necessariamente artistas em sentido estrito, mas ainda assim mobilizáveis pelas características descritas ao longo deste artigo – encaixa-se perfeitamente na noção acontecimentalista aqui citada. Na verdade, até a procuram, fruto da libertação da convenção sujeito/trabalho em moldes fordistas e por compreenderem que o “levar a própria vida” significa fazer dela, ao mesmo tempo, produto e processo produtivo (artístico em si mesmo). Decorrencia de uma dinâmica de cérebros agenciando cérebros, criadora de multiplicidades, criadora de mundos possíveis.

Terreno de possibilidade de (auto)expressão ou arena de expressão de possibilidades originadas da interação acontecimentalista entre os indivíduos? Qualquer que seja a resposta é, no nosso entender, possivelmente um território por excelência de atuação das emergentes indústrias criativas. Categoria que, mesclando disciplina e controle, ação no espaço e no tempo, agenciamento de públicos e subjetividades, imaterialidades e simbolismos, age com vistas a garantir a reestruturação e perpetuação do capitalismo.

Artigo recebido em 31/05/2009 e aprovado em 17/07/2009.

Referências

ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2006.

BARBOSA, Lívia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. Introducción general del espíritu del capitalismo y del papel de la crítica. In _____. *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madri: Akal, 2002. p.33-93.

CASTELLS, Manuel. Prólogo: a Rede e o Ser. In _____. *A sociedade em rede*. 9.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006. p.39-66.

EIKHOF, D.R.; HAUNSCHILD, A. Lifestyle meets market: bohemian entrepreneurs in creative industries. In *Creativity and Innovation Management*, v.15, n.03, 2006. p.234-241

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Nobel, 1995.

FONSECA, André. Economia criativa para o desenvolvimento. In *Cultura e Mercado*, dez. 2006. Disponível em: < <http://www.culturaemercado.com.br/setor.php?setor=4&pid=1191> > Acesso em: 21/04/2008.

GILMORE, J.H.; PINE II, B.J. *Autenticidade: tudo o que os consumidores querem*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GORZ, André. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

HARVEY, David. *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1993.

LAZZARATO, Maurizio. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LEWIS, D.; BRIDGES, D. *A alma do novo consumidor*. São Paulo: M.Books, 2004.

LIMA, Carmen Lúcia Castro. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o Estado da Bahia. In *Revista do DESENBAHIA*, Salvador, n. 5, set. 2006. Disponível em: <<http://www.google.com.br/search?hl=ptBR&q=carmen+lima+%22debate+sobre+ind%C3%BAstrias%22&meta=>>. Acesso em: 21/04/2008.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.

MAFFESOLI, Michel. *Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MIGUEZ, Paulo. *Repertório de fontes sobre economia criativa*. Parte integrante do projeto de pesquisa “Economia criativa – em busca de paradigmas: (re)construções a partir da teoria e da prática” financiado pela FAPESB – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia, e executado entre 2006 e 2007 no CULT – Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (UFBA). Universidade Federal do Recôncavo Baiano, 2007. 86p. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf > Acesso em: 07/05/2008.

SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. 12.ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

TOURAINÉ, Alain. *Um novo paradigma*. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

UNESCO. Global Alliance for Cultural Diversity. *Understanding creative industries*. Cultural statistics for public-policy making. Paris, Feb. 2006. Disponível em: <http://portal.unesco.org/culture/en/ev.phpURL_ID%3D29947%26URL_DO%3DDO_TOPIC%26URL_SECTION%3D465.html&sa=X&oi=translate&resnum=1&ct=result&prev=/search%3Fq%3D%2522understanding%2Bcreative%2Bindustries%2522%2B%252B%2Bunesco%26hl%3Dpt-BR > Acesso em: 07/05/2008.

VIRNO, Paolo. Gramática da multidão: para uma análise das formas de vida contemporânea. Tradução para o português de Leonardo Retamoso Palma a partir da publicação italiana de Rubbertino Editore Catanzaro, Itália, 2001, 01-58. In <br.geocities.com/polis_contemp/Virno_gramatica_multidao.pdf>.