

# O CONSUMO ENQUANTO VETOR DE SUBJETIVAÇÃO<sup>1</sup>.

Por **Beatriz Rustiguel da Silva**  
**Dra<sup>a</sup> Suely Henrique de Aquino Gomes**  
**Dr João de Melo Maricato**  
 Universidade Federal de Goiás

## RESUMO

Mais do que nunca o consumo se faz presente na formação estrutural das sociedades ocidentais contemporâneas e percebe-se que a dinâmica entre consumidores e a prática de consumo sofreu decisiva alteração com a transformação da sociedade de produção para a sociedade de consumidores. Neste contexto, o consumo passa a compor uma das importantes forças na produção das subjetividades do homem contemporâneo. O presente artigo, portanto, faz uma reflexão sobre a relação entre o consumo e a construção da subjetividade.

**PALAVRAS-CHAVE:** consumo, subjetividade, cidadania

## INTRODUÇÃO

A segunda metade do século XX, por todas as suas peculiaridades, foi descrita e teorizada, por uma enorme multiplicidade de pesquisadores, em relação aos seus mais diversos aspectos. Muitas foram as tentativas de apreender e esboçar o que faz desse momento histórico tão complexo e singular em toda a história humana.

Entre os elementos descritos mais frequentemente como típicos e centrais do atual momento histórico podemos citar o consumo. Tal atividade, sem dúvida, se tornou uma importante-chave para a compreensão, tanto substantiva quanto epistemológica, do período que vivenciamos. A influência e o impacto social do consumo nunca despertou tanto interesse. Isso se dá por inúmeras razões, entre as principais está a sua importância na formação dos sujeitos.

Neste artigo pretende-se refletir sobre o consumo enquanto poderosa força de produção de subjetividades não apenas serializadas e pré definidas mas também autônomas, singulares e resistentes ao discurso hegemônico vigente. Será que existe a possibilida-

de de utilização do consumo, seja de bens materiais, seja de bens simbólicos, para a promoção da autonomia e liberdade do sujeito?

## 1. SUBJETIVIDADE E O PROCESSO DE SUBJETIVAÇÃO

Ainda há muito que se discutir e compreender a respeito da produção das subjetividades. Isso porque os debates sobre o homem enquanto objeto do conhecimento se iniciaram com uma marcante tendência metafísica. A visão predominante sobre o homem era a provinda da tradicional religiosidade judaico-cristã. Porém, com René Descartes (1596-1650) o discurso religioso foi substituído pelo discurso científico. Portanto, vê-se uma radical mudança na noção de subjetividade/identidade vigente até o momento. O autor apresenta o "sujeito cartesiano", ou *res cogitans* (ser pensante) que tem como principal característica sua mente autoconsciente, sua racionalidade. Tal pensamento foi uma mudança expressiva na concepção de homem que prevalecia até o momento.

Em posição à noção cartesiana, e tendo como base a observação sobre a multiplicidade e heterogeneidade de

subjetividades, surge a noção de “sujeito moderno”. A noção de um sujeito racional, unificado, centrado e com um núcleo interior inalterável – o sujeito cartesiano – foi substituída pela noção de que os indivíduos não tem apenas uma, mas várias identidades fragmentadas e até mesmo contraditórias entre si. “A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.” (HALL, 2006 p. 13).

O sujeito moderno em contato com os processos sócio históricos e culturais de sua época passa pelo processo de “interiorização” do que lhe é externo e “externalização” do que lhe é interior, transformando-se, mutando e, até mesmo, fragmentando-se. Este momento denuncia uma crise nos quadros de referência para se pensar o homem e os processos pelos quais nos tornamos sujeitos.

A crise dos quadros de referência é desencadeada pelas grandes e profundas transformações trazidas pela modernidade, e pela modernidade tardia, ou pós modernidade. Nesse sentido, Michel Foucault (1926-1984), rompendo com a filosofia clássica que buscava a essência imutável do ser, é o grande revolucionário para se pensar o processo de forjamento de subjetividades ao apresentar a ideia de que atos e práticas constituem os sujeitos; assim o sujeito e a história se constituem mutuamente nas ações de sujeição e resistências ao saber e poder constituídos. Vê-se, portanto, que a crise dos quadros de referência se dá justamente pelas transformações sócio históricas da época.

Então, para esse autor, a subjetividade não é algo dado e sim um processo de produção ou construção (subjetivação) que se dá por via de uma luta agonística – ou seja, no embate com as forças estabelecidas não há um vencedor e nunca cessa. Mansano (2009) comenta que “Essa produção

de subjetividades, da qual o sujeito é um efeito provisório, mantém-se em aberto uma vez que cada um, ao mesmo tempo em que acolhe os componentes de subjetivação em circulação, também os emite, fazendo dessas trocas uma construção viva.”

Faz-se necessário observar que a tendência metafísica no que tange às discussões sobre a constituição do homem, tão presente nas reflexões psicológicas sobre o tema, foi substituída por uma visão materialista, já que Foucault desconsidera a problemática da mente em sua teoria e se volta para o corpo.

No que se trata de subjetividade e de sua produção, além de Foucault, outros dois importantes autores merecem destaque, são eles Félix Guattari (1930-1992) e Gilles Deleuze (1925-1995). A partir desses teóricos, discorreremos sobre como e o que produz as subjetividades.

### 1.1. Vetores de Subjetivação

Félix Guattari, concordando com a ideia de Foucault, comenta que a subjetividade não é um ente acabado e sim um processo de produção constante e que se dá a partir das vivências, experiências e tudo mais que circunscreve os corpos, sejam outros seres, o social, as instituições, etc. O autor conclui que “subjetividade é essencialmente fabricada emodelada no registro do social” (GUATARRI & ROLNICK apud MANSANDO, 2009). Miranda cita alguns dos possíveis vetores com potencial formativo das subjetividades:

A heterogeneidade da subjetividade advém então das inúmeras facetas que a compõem onde participam desde o “romance familiar” até a tecnologia, passando pelas questões histórico-culturais. Atualmente, por exemplo, uma criança tem como vetor de subjetivação tanto a família como a TV, que desfila valores, comportamentos, num jogo de afetos que a mobiliza. Escola, mídia, trabalho, formas

de modelo econômico e político são vetores atuantes de subjetivação: subjetividade caleidoscópica que não para de assumir diversos contornos, e por isso é que se pode falar em produção, que, em termos atuais destacam-se por sua massificação e serialização, tendentes a restringer a produção de subjetividades alternativas. (MIRANDA, 2005, p. 37, grifo meu)

Fazendo uma análise histórica do poder e do controle sobre os corpos, em sua obra *Vigiar e Punir* (1975), Foucault argumenta que o homem moderno, aquele existente nas sociedades de controle<sup>4</sup>, está inserido em um contexto de luta pelo controle e poder dos corpos. Assim, o corpo humano quando submetido às forças sociais pode ser moldado e controlado pelas instituições nas quais estiver inserido.

Para Foucault as políticas de controle institucionais tinham força pois controlavam o tempo e o espaços dos corpos. As práticas de disciplina, segundo o autor, tinham o objetivo de produzir um determinado tipo de sociedade, excluindo e/ou domesticando os corpos, e assim reprimindo os comportamentos divergentes. As instituições educacionais, a família, a igreja, as prisões, são os exemplos de instituições citados pelo autor onde ocorre o exercício do poder via práticas de vigilância e controle do corpo.

É importante observar no pensamento foucaultiano que as relações de poder criam saberes e conhecimentos que tem a habilidade de criar subjetividades, não apenas em formas de dominação, mas também em formas de resistência. Os saberes e conhecimentos possibilitam aos corpos a negação do poder sobre ele exercido e a busca por linhas de fuga<sup>5</sup>, ou seja, formas de burlar o domínio e o controle..

A ideia de que os corpos tem possibilidade de resistir o poder e o controle, e de encontrar linhas de fuga

é uma das características mais importantes do sujeito foucaultiano, o que lhe dá uma autonomia. Ou seja, o sujeito pleno é aquele que desfruta de autonomia.

A palavra autonomia vem da junção de dois termos gregos, *auto* “de si mesmo” e *nomos* “lei” ou “norma”. Autônomo, portanto, é o sujeito que é a fonte de sua própria lei/norma. Exercer autonomia é o ato de estabelecer para si mesmo a própria lei, ou fazer com que as normas que o ser segue sejam emanantes dele mesmo no sentido de produzir uma existência coerente. Assim, rompe na história o sujeito autônomo que encontra em si mesmo as possibilidades e limites de sua própria liberdade.

Foucault, portanto, defende a ideia de que não há controle ou domínio absolutos, mas que os corpos são “criativos” no que tange a criar suas linhas de fuga e no que tange a produção de si, sua subjetivação. Só não se pode ser completamente imune ao controle e às relações de poder, mas de fato, o sujeito é o legislador de sua própria existência.

A diferença dessa concepção é que as normas e leis que eram estabelecidas externamente e impostas aos indivíduos – a partir de diversas instâncias como a tradição, religião, política, etc. – se transformam em leis e normas, possibilidades e limitações internas. Então, a subjetividade possui dois aspectos que confluem para uma mesma experiência, possibilidades e limites. Assim, na subjetividade, a possibilidade de ser livre coincide com a ideia do limite auto imposto da liberdade. Segundo Kant o sujeito autônomo significa a maioridade da humanidade.

Mesmo na configuração do sujeito autônomo, vê-se que não se pode escapar completamente das relações de poder. Nesse sentido, Miranda (2005, p. 34) comenta que a sociedade de controle já não tem como objetivo

apenas disciplinar os corpos, objetivo das sociedades industriais que demandavam sujeitos dóceis para a produção, ou seja, nessa passagem de uma dinâmica social para outra “Não se trata pura e simplesmente da interiorização do poder, mas da criação de um domínio novo, o sujeito individualizante.” Hoje assistimos à transformação daquilo que seria a autonomia do sujeito em isolamento do indivíduo.

Assim vemos uma sociedade marcada pelo individualismo exacerbado. O individualismo tende para algo desordenado; o indivíduo tenta constituir-se sem estabelecer seus próprios limites e possibilidades. Assim, naturalmente, há uma confusão entre subjetividade e individualidade. A subjetividade há que se construir enquanto o individualismo é quase selvagem.

Ou seja, aquele sujeito subordinado a leis e normas que ele dá a si próprio, nós podemos talvez considerá-lo limitado, mas nessa limitação ele é livre, ele tem um horizonte de liberdade, ele tem uma latitude de liberdade exatamente na medida em que ele lida com essa dialética entre seus limites e suas possibilidades e exerce sua subjetividade dentro dessa experiência. Ora, o indivíduo ao deixar essa normatividade, ao deixar essa tensão entre possibilidades e limites e querer expandir-se naturalmente perde a liberdade e ganha uma pretensa independência, que é uma independência das coisas naturais e que representa um certo descontrole e uma certa agregação. Por exemplo, o sujeito que atingiu esse nível de expansão de sua individualidade e que parece então ser tão autônomo e tão dono de si e de suas situações nunca foi tão controlado. Então, o sujeito de si passa a ser sujeito a alguma coisa/alguém. Eis o paradoxo: quanto mais livre somos para escolher aparentemente, mais escolhemos de maneira uniforme e mais vivemos de maneira uniforme. (SILVA, 2008 p. n.p.)

Onde não se busca necessariamente uma construção coerente de si,

mas onde há um enfraquecimento do exercício de subjetivação, estabelece-se o caos e a serialização das individualidades. “Então, se ele quer exercer uma escolha enquanto indivíduo é levado pelos controles externos e interiorizados, a realizar as mesmas escolhas.” (SILVA, 2008 p. n.p.).

Foucault afirma que “Temos que promover novas formas de subjetividade, recusando o tipo de individualidade que nos foi imposto durante séculos.” (FOUCAULT apud MIRANDA, 2005, p.35)<sup>6</sup>. O enfraquecimento do exercício de subjetivação, ou seja, da ação de nos produzirmos enquanto sujeitos, estabelecendo dentro de nossa autonomia leis e normas próprias, é que nos leva a passar da condição de sujeitos para a condição de indivíduos, de autônomos para isolados, de livres para independentes.

O enfraquecimento das instituições disciplinares e normalizadoras das sociedades disciplinares cede lugar para a emergência de uma sociedade de controle que, segundo Deleuze, tem como uma de suas características centrais justamente a produção de subjetividades individualizadas mass-midiáticas. Nessas sociedades “manipula-se o gosto e as opiniões através da construção e veiculação instantânea de sistemas de signos e imagens.” (NEVES, 1997) e assim se dá o processo de produção de subjetividades serializadas ou capitalísticas<sup>7</sup>.

Porém, essa não é a única alternativa dos sujeitos. Segundo Mirandasão duas as alternativas:

Pois bem, essas formas variam entre dois polos: de um lado, a sujeição em relação às instituições produtoras de subjetividade: família, Estado, trabalho, mídia, marcada pela conformidade, pela reprodução do idêntico, o achatamento da heterogeneidade, das diferenças, enfim pela massificação do cotidiano, sinalizando uma produção de subjetividade sujeitada: por outro lado, a criação de novos processos múltiplos e heterogêneos, que engendram relações

livre e criativas, onde indivíduos e grupos assumem suas existências de modo singular, criando outros valores, novas formas de pensar e de agir, viabilizando a produção de subjetivação singularizadas. São formas paralelas e concomitantes, que podem lutar no interior de um indivíduo, grupo ou momento histórico. (MIRANDA, 2005 pp. 40-41)

Vê-se, que nas sociedades de controle - estabelecidas e estruturadas no sistema capitalista - a produção das subjetividades passa, inevitavelmente, pela conjuntura social em que se encontra o sujeito, sendo que este poderá se submeter aos modelos pré-estabelecidos e fornecidos pelo social ou poderá resisti-lo, criando linhas de fuga como alternativa ao discurso hegemônico vigente. Dentro desse parâmetro, aquilo que os autores descrevem como tento potencial de produzir subjetividade, eles chamam de “vetores de subjetivação”.

O consumo, como uma parte central da dinâmica social atual também pode ser considerado como um elemento de produção de “subjetividades capitalísticas”. Porém, os corpos por sua capacidade de renegociação, ressignificação e resistência trazem a tona uma interessante questão: priorizando a plataforma do consumo podem ser produzidos sujeitos autônomos-singulares? E os corpos, em sua autonomia e liberdade, em suas relações com o poder impostas pelo consumo podem estabelecer processo de subjetivação criativa?

Em geral os críticos afirmam categoricamente que o controle e domínio são exercidos descontroladamente pela mídia e pela ideologia consumista. Porém, observa-se que a sociedade de controle “produz ao mesmo tempo desterritorialização contínua e subjetivações serializadas e homogeneizadoras” (NEVES, 1997). Então, qual é o nível de autonomia do sujeito em relação ao processo de consumo?

Façamos agora a reflexão sobre a produção de subjetividades levando em conta o consumo.

## 2. O CONSUMO - CHAVE EXPLICATIVA DA CONTEMPORANEIDADE

O consumo sempre fez parte do cotidiano e da prática social ao longo da história, e esteve presente em toda e qualquer sociedade humana, mas, nunca tal prática assumiu posição de tamanha importância e centralidade social e epistemológica quanto agora. Zygmund Bauman (2008), por exemplo, afirma que a atenção que o consumo tem recebido ultimamente tem base no que ele chama de “revolução consumista”. Segundo ele houve um ponto de ruptura com a passagem do consumo – tradicionalmente observado ao longo da história humana – para o contexto do consumismo, entendido como

um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução das políticas de vida individuais. (BAUMAN, 2008, p.41, grifo meu)

O autor continua afirmando que o consumismo é uma “força propulsora e operativa da sociedade” realizando aquilo que ele chama de “formação de indivíduos” (BAUMAN, 2008, p.). Tal afirmação, revela um certo consenso entre pesquisadores sobre a força social do consumo. Na atual conjuntura sua importância chegou a tal extremo que muitos autores, dentre eles Zygmund Bauman, caracterizam o momento como “*sociedade de consumidores*”<sup>8</sup>. Na sociedade de consumidores, quem se torna mercadoria é o próprio indivíduo, pois a linha que separava sujeito-objeto se dissipou completamente.

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito

sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. A "subjetividade" do "sujeito", e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. (BAUMAN, 2008 p. 20)

Percebe-se que para Bauman o sujeito está completamente subjugado à influências externas, à si mesmo e ao consumismo, sendo que a condição do sujeito contemporâneo denunciada por Bauman pode estar na base da produção de indivíduos alienados, fúteis e assim, o consumismo é visto, em alguns casos, como uma patologia social – conforme a visão das teorias críticas. Nessas teorias muito se tem dito sobre o caráter de imposição e manipulação macrossocial do consumo. O que mais se discute, obviamente, é a sua vertente ideológica – com o intuito de fortalecer o sistema econômico e produtivo vigente e construir um tipo específico de homem e, conseqüentemente, de sociedade – além de dos diversos desdobramentos sociais, particularmente as malélicas.

Esse ponto de vista, em geral, dá prioridade ao processo de produção e não se aprofunda no processo de consumo em si e muito menos ainda no sujeito consumidor, que na maioria dos casos, é descrito como apenas mais uma peça manipulável do sistema e sem qualquer autonomia. O consumidor, descrito por esses autores, facilmente cede aos estímulos de táticas de venda e de apelos publicitários e, irresistivelmente, se vê impelido ao consumo indiscriminado e fútil. Portanto, o consumidor é colocado na posição de vítima dos malélicos intentos do mercado, das grandes corporações e das marcas sedentas por lucros e dominação. Há uma clara desconsideração da potencialidade do sujeito de criar linhas de fuga e agir criativamente em frente a esses

poderes constituídos. Canclini afirma que o processo é um tanto mais complexo do que as teorias críticas podem fazer crer:

Uma zona propícia para comprovar que o senso comum não coincide com o bom senso é o consumo. (...) Hoje vemos os processos de consumo como algo mais complexo do que a relação entre meios manipuladores e dóceis audiências. Sabe-se que um bom número de estudos sobre comunicação de massa tem mostrado que a hegemonia cultural não se realiza mediante ações verticais, onde os dominadores capturariam os receptores: entre uns e outros se reconhece mediadores como a família, o bairro e o grupo de trabalho. Nessas análises deixou-se também de conceber os vínculos entre aqueles que emitem as mensagens e aqueles que as recebem como relações, unicamente, de dominação. (CANCLINI, 1996 p. 52)

A noção de um consumidor acrítico não é o único problema dessa visão. O escrutínio no aspecto mercantil dos bens também é desmedido, com vista ao fato de essa não ser a função exercida por eles tradicionalmente. Segundo Canclini "o confronto das sociedades modernas com as "arcaicas" permite ver que em todas as sociedades os bens exercem muitas funções, e a mercantil é apenas uma delas"(CANCLINI, 1996 pp. 66-67).

Outro ponto de vista, por sua vez, argumenta que o processo de consumo é um dado social natural e visa atender necessidades biológicas imperativas dos sujeitos. Afirma ainda que, tais necessidades quando satisfeitas não mais se tornariam fonte de motivação para o consumo. Tal visão claramente tem suas razões de ser, visto que o atendimento de inúmeras necessidades básicas do homem é, de fato, feito através do consumo. Porém, neste caso, o consumidor é visto como um ser altamente racional e guiado apenas por suas necessidades de sobrevivência em relação ao consumo. O que se vê na contemporaneidade não se encaixa nessa defi-

nição, pois, em geral, o objetivo que se busca alcançar com o consumo vai muito além de apenas satisfazer as necessidades biológicas dos sujeitos. Tal explicação, claramente, ignora os aspectos psicológicos e o envolvimento afetivo do sujeito no processo de consumo e também as relações de poder.

Até mesmo a noção de 'necessidade' é culturalmente construída conforme comentam Mary Douglas e Baron Isherwood, quando afirmam que "(...) as chamadas necessidades básicas são inventadas e sustentadas na cultura." (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009 p. 15). O consumo, portanto, é utilizado para atender necessidades sociais e simbólicas dos indivíduos, além das necessidades biológicas.

O consumo, há muito, ultrapassou os limites da simples obtenção de bens materiais para adentrar o território do simbólico, daí surge a expressão mercadoria signo<sup>9</sup>. Isso significa que o homem, frequentemente, atribui aos bens significado sociocultural que tem poder de distinguir e ao mesmo tempo uniformizar os membros de determinada sociedade. O consumo constrói e legitima determinado estilo de vida<sup>10</sup>, atribuindo-lhe valor, distinção e significado sociocultural, ao mesmo tempo em que o separa e distingue dos demais elementos do grupo social.

Os bens e mercadorias comunicam *status*, prestígio, aceitação. Ou seja, a luta pelo capital simbólico<sup>11</sup>, sem dúvida, promove a utilização do consumo como elemento de distinção social, tendo-se como base a necessidade por aprovação social, expressão pessoal e autoestima auto direcionada. (TAVARES, 1998 p. 23)

Do ponto de vista psicológico, muitos argumentam que um dos fatores também considerados importantes para a eclosão do consumo, é a questão do profundo vazio e instabilidade existencial promovida pelas velozes e profundas transformações do nosso tempo, essa é a crise nos quadros de referência citada anteriormente. O sujeito, que se encontra em um tur-

bilhão de mudanças e onde a única certeza é a instabilidade, se lança no consumo para alcançar determinado nível de satisfação afetiva tão avidamente buscada e prometida, maestralmente, nos incontáveis anúncios publicitários que alcança o sujeito, diariamente através da mídia. Impedidos pela busca de estabilidade, os homens lançam sobre o consumo a responsabilidade de resolução de sua insegurança ontológica. Essa hipótese é descrita por Canclini da seguinte forma: "Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora." (CANCLINI, 1996 p. 59).

Tal crise tem suas raízes na instabilidade e fragmentação dos alicerces tradicionalmente responsáveis pela produção identitária do homem. O consumo surge, neste contexto, como uma ferramenta de estabilização, identificação e expressão da subjetividade. Os bens agregam benefícios auto expressivos aos sujeitos que os consomem. Campbell explica que

(...) o fato de o consumo ter adquirido importância central em nossas vidas pode indicar algo bem diferente do que se costuma sugerir – que somos todos vítimas de uma aquisitividade e um materialismo egoísta. Muito pelo contrário, isso pode ser visto como um indicativo da aceitação de uma metafísica fundamentalmente idealista. Se assim for, então, isso pode significar que o consumo não deve ser mais visto como uma reação desesperada e necessariamente fútil à experiência da insignificância, e sim, como uma perfeita solução para essa experiência. (CAMPBELL, 2007 p. 63)

Avançando nessa questão, Canclini aponta que o consumo vai além da distinção, se torna elemento articulador dos grupos sociais e pode ser tomado ainda um promotor de cidadania. Afinal, os grupos se identificam através de seus objetos, bens e elementos culturais consumidos, assim "no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade." (CANCLINI, 1996 p. 56).

### 3. O CONSUMO ENQUANTO VETOR DE SUBJETIVAÇÃO

Há que se observar que existe uma radicalização nas duas visões mais tradicionais a respeito do consumo. A primeira delas pressupõe que o poder no processo de consumo se encontra inteiramente nas mãos das grandes instituições e do sistema produtivo e que assim o consumidor não possui qualquer autonomia e poder de resistência. A noção baseada nas lutas de classe e na luta pelo poder produtivo, enquanto ferramenta de argumentação e chave de compreensão, entra em crise pois não se mostra mais eficiente para um contexto tão complexo como o atual. Obviamente não se pode negar que os sistemas – sejam eles institucionais, políticos, econômicos, ideológicos, etc. – buscam o domínio e controle em função de sua própria sobrevivência, mas não necessariamente que seu objetivo seja alcançado.

A segunda visão, por sua vez, pressupõe um conceito radicalmente racional de homem e que o mesmo se encontra imune aos elementos de influência externa que tentam promover o consumo.

Observa-se, comprovadamente, que o consumidor é sim influenciável – não necessariamente manipulável – no que diz respeito ao consumo. Há, comprovadamente, a intenção e busca pelo controle e domínio dos consumidores por partes das instituições produtivas, porém, considera-se a possibilidade de resistência por parte dos sujeitos. A apropriação e o consumo<sup>12</sup> de produtos artísticos são bons exemplos disso.

Os produtos culturais artísticos, tanto das indústrias culturais, quanto do circuito popular, também são constantemente apropriados e ressignificados criativamente. Por exemplo, as plataformas de comunicação conhecidas como as redes sociais que, a pesar de serem feitas para um tipo predeterminado de utilização, são recriadas e acabam por promover e serem promovidas de formas novas, sendo testadas e levadas aos limites de suas capacidades.

Um exemplo claro da produção e ressignificação criativa das redes sociais é a utilização política e ativista do Facebook. Tal rede social foi criada para possibilitar interações pessoais entre seus membros, porém, se tornou uma plataforma para o debate e para a articulação política, para a promoção e organização de movimentação sociais, além de denúncias de infrações e crimes diversos. Todos esses são exemplos de exercício da cidadania. O exemplo mais claro e impactante disso no nosso país foram as manifestações e protesto que acontecem em 2013. Acontecimentos similares já haviam acontecido em vários países de origem Árabe nos últimos 4 anos.

Em outro exemplo percebido nas mesmas manifestações citadas anteriormente, assim como nas manifestações “*Occupy Wall Street*”, ocorridas em 2011 nos Estados Unidos da América, observou-se a utilização de um elemento cultural criado e promovido pela industrial cultural. Tal elemento foi a máscara utilizada no filme *V de Vingança*<sup>13</sup>.



Figura 01 - Protestos no Brasil (2013).

O filme produzido na maior industrial cultural do mundo, Hollywood, lançado e promovido seguindo os padrões *mainstream*, com objetivos de entretenimento, e certamente não políticos, foi apropriado, resignificado e utilizado por milhares de pessoas com ferramenta simbólica de luta política.

Ainda durante os protestos de 2013, no Brasil, o principal grito de ordem foi o “Vem Pra Rua”. Tal frase surgiu inicialmente como um slogan publicitário para a marca de carros Fiat, foi apropriado pelos manifestantes, ganhou novo significado e utilizados com o objetivo de ajudar a mobilizar a população. Outra fase significativa do momento foi “O gigante acordou” que



Figura 02 - Grito de Ordem ou Slogan Publicitário.

faz referência direta a um slogan da marca Jonhnnie Walker. Percebe-se, portanto, que Michel Foucault estava correto ao afirmar que os corpos criam linhas de fuga e os sujeitos se constituem dentro de um projeto de autoprodução ético-estético. E de acordo com nosso entendimento o consumo, seja de bens materiais, seja de bens simbólicos (culturais), também tem potencial de passar pela resignificação criativa do sujeito autônomo.

Mansano (2009, n.p.) comenta que

É nessa dinâmica mutante que os processos de subjetivação vão tomando forma, contando com a participação das instituições, da linguagem, da tecnologia, da ciência, da mídia, do trabalho, do capital, da informação, enfim, de uma lista vasta que tem como principal característica o fato de ser permanentemente reinventada e posta em circulação na vida social. Assim, esses componentes ganham importância coletiva e são atualizados de diferentes maneiras no cotidiano de cada vivente. Por isso mesmo eles podem ser abandonados, modificados e reinventados em um movimento de misturas e conexões que não cessa.

Ambas as visões sobre o consumo, portanto, devem ser tratadas com cautela, pois existem tanto aspectos de funcionalidade e utilidade cotidiana na prática de consumo, seja do ponto de vista dos consumidores, quanto do ponto de vista dos produtores, como também existe o aspecto do prazer, do deleite dos consumidores em relação aos bens consumidos.

Vê-se que o consumidor se encontra em um entremeio de forças coercitivas e liberdades pessoais. Por isso, há que se refletir

sobre a limitação explicativa da visão de um consumidor passivo, mesmo que se corra o risco de uma serialização da subjetividade na sociedade contemporânea, como comenta Mansano (2009, n.p.)

Obviamente, há sempre o risco de que essas invenções sejam capturadas e transformadas em novas referências a serem simplesmente reproduzidas pela coletividade. Diversas são as tentativas que buscam fixar a força subjetiva produtiva e dar-lhe uma determinada direção

Ou seja, o consumo – típico da pós modernidade e que, é estimulado para criar uniformização social, apresentando seus ‘pacotes’ identitários pré-definidos – em muitos casos é assimilado pelos indivíduos, acaba sendo submetido a um processo de negociação e ressignificação que acaba por transformá-lo em uma ferramenta de resistência e produção de novas formas de subjetividade.

Guattari denomina esse processo de “processo de singularização”<sup>14</sup>. Estes podem ser compreendidos como uma espécie de desvio, de escapatória frente às tentativas de traduzir a existência pelo crivo dominante do capital. (MANSANO, 2009, n.p.)

Argumenta-se, portanto, que existe espaço para ressignificação e produção inovadora de sentido mesmo que através do consumo, rompendo com os valores consumistas e individualistas que nós são impostos.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por tudo visto, faz-se necessário constatar que as sociedades capitalistas exercem, através de inúmeros dispositivos o poder e domínio sobre o homem, produzindo graves danos ao sujeito moderno, inclusive, roubando-lhe sua característica mais primordial, a autonomia de produzir-se. Porém, vale ressaltar que o assujeitamento à esses poderes não é a única opção do sujeito, inclusive em relação à uma das práticas mais características do capitalismo, o consumo.

Canclini apresenta a possibilidade de que o consumo se torne um “exercício refletido da cidadania”, ou seja, para que, definitivamente, o consumo seja um ato propositalmente refletido, crítico e produtivo no que tange à produção de subjetividades autônomas e criativas. Para isso o autor cita os requisitos necessários para que se desenvolva tal situação, são eles:

- a. uma oferta vasta e diversificada de bens e mensagens representativos da variedade internacional dos mercados, de acesso fácil e equitativo para as maiorias;
- b. informação multidirecional e confiável a respeito da qualidade dos produtos, cujo controle seja efetivamente exercido por parte dos consumidores, capazes de refutar as pretensões e seduções da propaganda;
- c. participação democrática dos principais setores da sociedade civil nas decisões de ordem material, simbólica, jurídica e política em que se organizam os consumos: desde o controle de qualidade dos alimentos até as concessões de frequências radiais e televisivas, desde o julgamento dos espetáculos que escondem produtos de primeira necessidade até os que administram informações estratégicas para a tomada de decisões. (CANCLINI, 1996 pp. 65-66)

Canclini comenta que com esses requisitos os consumidores ascenderiam à condição de cidadãos, e que tais requisitos “implicam numa concepção do mercado não como simples lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socio-culturais mais complexas.” (CANCLINI, 1996 p. 66).

O autor faz a clara distinção entre uma posição passiva diante do consumo ou uma posição ativa e tal diferença também pode ser vista nos processos de subjetivação visto que subjetividade autônoma e subjetividade capitalísticas giram em torno do mesmo foco. Canclini aponta então, que os homens podem

atuar como consumidores nos situando somente em um dos processos de interação – o que o mercado regula – e também podemos exercer como cidadãos uma reflexão e uma experimentação mais ampla que leve em conta as múltiplas potencialidades dos objetos, que aproveite seu “virtuosismo semiótico” nos variados contextos em que as coisas nos permitem encontrar com as pessoas. (CANCLINI, 1996 p. 67)

Podemos, sem dúvida, fazer um paralelo da relação entre consumidor e cidadão com a relação de subjetivação capitalística e autônoma. Concluímos, portanto que um consumo consciente e um exercício legítimo da subjetividade são possíveis. Redescobrir o consumo como ambiência de criação de sentido novo e de luta pela liberdade se dá através da pelo exercício e produção de si.

Assim reforçamos o clamor de Michel Foucault e de tantos outros autores que pensam a subjetividade no contexto capitalista, é necessário lutar contra a dominação dos sentidos e em favor de uma legítima produção de si para que possamos, de fato, alcançar a maturidade celebrada por Kant. Há de se pensar na dimensão política do consumo, sem dúvida, porém devemos ir mais além e buscar gerar um conhecimento que mais do que critique o sistema vigente ajude-o a transformá-lo.

## NOTAS

1 - Mestranda em Comunicação na Universidade Federal de Goiás. e-mail: beatrizrustiguel@hotmail.com. Setembro de 2013.

2 - Orientadora: Professora Doutora em Ciências da Informação pela Universidade de Brasília, UNB. Professora Associada do Mestrado em Comunicação, da Universidade Federal de Goiás, na linha de pesquisa Mídia e Cultura.

3 - Professor Orientador: Doutor em ciência da informação - ECA/USP (2010). Professor Adjunto da Universidade Federal de Goiás E-mail:jmmaricato@gmail.com

4 - "A sociedade de controle é calcada em modelos fluidos de dominação, de autocontrole, autovigilância e na intensificação da produção de homens mercadorias. (...) O funcionamento de tal sociedade se dá não mais pelo confinamento, como a sociedade disciplinar, e sim pelo controle contínuo e comunicação instantânea." (NEVES, 1997)

5 - Linhas de fuga são "processos criativos que produzem um desvio, uma diferença da mesquinha do "sempre igual". (...) São movimentos que subvertem o estabelecido." (MIRANDA, 2005)

6 - Para mais informações sobre subjetividade, individualidade e identidade: MAHEIRIE, Kátia. Constituição do sujeito, subjetividade e identidade. In: INTERAÇÕES • VOL. VII • n.13 • p. 31-44 • JAN-JUN 2002;

7 - Entende-se por subjetividade serializada ou capitalística aquela que "encontra-se inexoravelmente ancorada em dispositivos capitalistas, o que não significa aprisionamento absoluto e que, na análise guattariana, assume a forma de uma subjetividade capitalística". (MIRANDA, 2005)

8 - Zygmund Bauman argumenta que a característica distintiva da sociedade de consumo é que, ao contrário do que é visto anteriormente na história humana, há a desvinculação do consumo com qualquer função pragmática ou instrumental, vindo a tona a questão do prazer do processo de consumo. (BAUMAN, 2008).

9 - Lúcia Santaella e Winfried Nöth explicam que "as mercadorias são estudadas como signos cujo(...) os componentes semânticos, de acordo com Levy (1978: 168), incluem questões técnicas, características do produto, valor financeiro e adequação social. Semioticamente, tais componentes constituem o significado (ou conteúdo) do produto, enquanto o objeto material é o significante da mercadoria como um signo." (SANTAELLA, et al., 2009)

10 - O estilo de vida, segundo Filho (2003) "reflete a sensibilidade (ou a "atitude") revelada pelo indivíduo na escolha de certas mercadorias e certos padrões de consumo e na articulação desses recursos culturais como modo de expressão pessoal e distinção social".

11 - Esse termo foi cunhado por Pierre Bourdieu que argumenta que nas sociedades contemporâneas as relações sociais se constroem na luta pela apropriação dos meios de distinção simbólica e pelo alcance de capital simbólico ou capital cultural. Tal apropriação se dá principalmente pelo controle dos meios de produção, dos meios de comunicação e produção simbólica (veículos de comunicação, escolas, instituições religiosas, etc.) e também através do consumo.

12 - Lembramos que segundo Canclini a apropriação de bens artísticos é também uma forma de consumo com vista ao fato de que existe a troca de valor financeiro por entretenimento, prazer estético, e outros benefícios agregados aos produtos culturais.

13 - "V de Vingança (no original, V for Vendetta) é um filme de ação e um thriller de 2005, dirigido por James McTeigue e produzido por Joel Silver e pelos irmãos Wachowski, que também escreveram o roteiro." Fonte: Wikipédia. Acessado em: 25 de Agosto de 2013.

14 - O que chamo de processos de singularização é algo que frustra esses mecanismos de interiorização dos valores capitalísticos, algo que pode conduzir à afirmação de valores num registro particular, independentemente das escalas de valor que nos cercam e espreitam por todos os lados. (Guattari & Rolnik apud Mansano, 2009, p. 112)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUMAN Zygmunt Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria [Livro]. - Rio de Janeiro : Jorge Zahar, 2008.
- BOURDIEU Pierre Escritos de educação [Livro]. - Petrópolis : Vozes, 1998. - Maria Alice Nogueira e Afrânio Catani.
- CAMPBELL Colin Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. [Seção do Livro] // Cultura, consumo e identidade. / ed. BARBOSA Lúcia. - Rio de Janeiro : Editora FGV, 2007.
- CANCLINI Néstor García O consumo serve para pensar [Seção do Livro] // Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. - Rio de Janeiro : UFRJ, 1996.
- COSTA Rogério da Sociedade de Controle [Periódico] // São Paulo em Perspectiva. - 2004. - Vol. 18. - pp. 161-167.
- DOUGLAS Mary e ISHERWOOD Baron.O mundo dos bens [Livro]. - Rio de Janeiro : UFRJ, 2009.
- FERREIRA Francisco Romão A produção de sentidos sobre a imagem do corpo [Periódico] // Interface - Comunic., Saúde, Edc. - 2008. - 26 : Vol. 12. - pp. 471-483.
- FILHO João Freire Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade [Periódico] // ECO-PÓS. - 2003. - 1 : Vol. 6. - pp. 72-97.
- FLECHA Renata Dumont Modernidade, contemporaneidade e subjetividade [Periódico] // Sapere Aude. - 2011. - 3 : Vol. 2. - pp. 28-43.
- FOUCAULT Michel Vigiar e Punir [Livro]. - Rio de Janeiro : Vozes, 1988.
- GUATTARI Félix Micropolítica. Cartografias do Desejo [Livro]. - Petrópolis : Vozes, 1986.
- HALL Stuart A identidade cultural na pós-modernidade [Livro]. - Rio de Janeiro : DP&A, 2006.
- MAHEIRIE Kátia Constituição do sujeito, subjetividade e identidade [Periódico] // INTERAÇÕES. - 2002. - 13 : Vol. VII. - pp. 31-44.
- MANCEBO Deise [et al.] Consumo e subjetividade: trajetórias teóricas [Periódico] // Estudos de Psicologia. - 2002. - 2 : Vol. 7. - pp. 325-332.
- MANCEBO Deise Modernidade e produção de subjetividades: breve percurso histórico [Periódico] // Psicol. cienc. prof. - 2002. - 1 : Vol. 22.
- MANSANO Sonia Regina Vargas Sujeito, subjetividade e modos de subjetivação na contemporaneidade. - São Paulo : Universidade Estadual de São Paulo, 2009.
- NEGRINI Michele e AUGUSTI Alexandre Rossato O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. - Lisboa : Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2013.
- NEVES Cláudia E. Abbês Baêta. Sociedade de Controle, o neoliberalismo e os efeitos de subjetivação [Seção do Livro] // Subjetividade: questões contemporâneas. / ed. SILVA André do et al. (Org.). - São Paulo : Hucitec, 1997.
- Para que serve uma subjetividade? Foucault, tempo e corpo [] // Psicologia: Reflexão e Crítica 3343-349
- PROUST Marcel. Em busca do tempo perdido No caminho de Swann. [Livro]. - Porto Alegre : Editora Globo, 1981. - 5. ed. Tradução Mário Quintana.
- SANTAELLA Lúcia e NÖTH Winfried A Linguagem das Mercadorias [Periódico] // Signos de Consumo. - 2009. - 01 : Vol. 01.
- SIBILIA Paula O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais [Livro]. - Rio de Janeiro : Relume Dumará, 2002.
- SILVA Franklin Leopoldo As Tramas da Cultura - As Tramas do Contemporâneo [Entrevista]. - 2008. Subjetividade: a (des)construção de um conceito [] // Subjetividade em Questão: Infância como crítica da cultura Rio de Janeiro 7 Letras 2005
- TAVARES Mauro Calixta A força da marca. Como construir e manter marcas fortes [Livro]. - São Paulo : HARBRA, 1998.