

A domesticação do talento no capitalismo do século XXI: uma leitura alternativa da criatividade

Recebido: 29.11.21
Aprovado: 03.02.22

MOULD, Oli. *Against creativity*. London: Verso, 2020.

Jefferson Dantas Santos (<https://orcid.org/0000-0002-5463-2105>),
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Campinas, SP, Brasilⁱ.

i. Jefferson Dantas Santos é doutor em ciências sociais pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (IFCH/Unicamp); bacharel em ciências sociais e mestre em sociologia pela Universidade Federal de Sergipe. <jefferson.dantass@gmail.com>.

Oli Mould é professor do Departamento de Geografia Humana na Royal Holloway, University of London. Seus escritos enfocam o papel da criatividade, do ativismo e da política no contexto das relações sociais. Além do livro, ora resenhado, ele escreveu *Urban subversion and the creative city* e *Seven ethics against capitalism: organizing for a planetary commons*, lançados em 2015 e 2021, respectivamente.

Against creativity é um ensaio que nos instiga a pensar em alternativas à hegemonia do neoliberalismo travestido em política sobre criatividade. O geógrafo inglês torna evidentes as disputas pelo sentido das atividades de criação na atualidade. Em prosa descontraída, narra um fortuito encontro com um morador de rua da cidade de Nova York, que, por alguns trocados, faz um número musical. Esse mendigo talentoso estava fazendo uso de todo e qualquer recurso para sobreviver numa das cidades mais ricas do mundo, metrópole que esconde sob o seu desenvolvimento cerca de 63.840¹ pessoas sem teto. O sistema que provoca a falta de moradia e outras injustiças como a precarização do trabalho e da vida, as desigualdades raciais e de gênero e que encoraja o fascismo, é o mesmo que nos conta que devemos ser “criativos” para progredir.

1. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/11/06/internacional/1573059962_996748.html>. Acesso em: 22 Nov. 2021.

2. “Expôr como a criatividade é usada para o lucro”. Todas as traduções são do autor desta resenha.

O capitalismo do século XXI tem redefinido a criatividade para o seu próprio desenvolvimento, ser criativo hoje é continuar a produzir o *status quo*, o autor argumenta em um sentido que lembra a crítica de Harvey (1992) sobre a condição pós-moderna e o novo papel que a cultura vai adquirindo no rearranjo das forças produtivas capitalistas. A tarefa do livro é, nas palavras do próprio autor (p. 3), “*expose how creativity is wielded for profit*”². De um lado, o texto enfoca como a busca pelo lucro a partir da criatividade no capitalismo atual tem reorientado o perfil de indivíduos e instituições em todo o mundo; por outro lado, indica que há resistências, mostrando indivíduos e processos que lutam por justiça social, igualdade e democracia.

Antes, contudo, faz um pequeno incursão sobre a ideia de criatividade em perspectiva histórica. Para ele, a criatividade é uma palavra com significado nebuloso e escorregadio. Ao levar em conta sua etimologia, teremos o “poder de criar algo do nada”. Poder enquanto uma habilidade de criar algo para atender a uma necessidade particular ou a alguma falta. Não é uma simples criação para atender a demanda do mercado. A criatividade é um poder que mistura o conhecimento e a vontade de criar algo que ainda não existe e, longe de ser reativo, é proativo. Dito de outro modo, mais importante do que indagar o que é a criatividade, é questionar quem tem o poder e o desejo de criar?

Nas sociedades antigas, o poder era uma força divina. Desde o Deus da tradição judaico-cristão, onde se tem um Deus criador do Céu e da Terra, à divindade egípcia Ptah, o ato da criação era exclusivo aos deuses, a pura criação estava além da agência humana. Porém, desde o Renascimento, passando pelo Iluminismo e chegando aos nossos dias, a civilização do Ocidente passou a explorar os recursos à sua volta, compreendendo a criatividade como passo para o progresso.

Thomas Hobbes, John Locke e Jean Jacques Rousseau mostraram que a imaginação e a criatividade humanas contribuíram para o desenvolvimento de diversas sociedades, não a fé. Nas palavras de Mould (p. 5), “*As Nietzsche proclaimed, God was dead, and we had killed Him*”³, com isso artesãos, filósofos e cientistas foram considerados os novos criativos, isto é, aqueles que trabalham por toda a vida para o aprimoramento do intelecto e de habilidades e que passam os saberes acumulados para as gerações seguintes.

3. “Como Nietzsche proclamou, Deus estava morto e nós o havíamos matado”.

Além do mais, a criatividade artística, cuja apreciação está plasmada na vida cotidiana, faz parte da vida em comum. Longe de serem gênios, os artistas trabalhavam como artesãos para a apreciação, curtição e consumo da coletividade. Aos poucos, mas não sem conflitos, a criatividade foi sendo individualizada e, assim, comparada, gerando em cada contexto social, concorrência e mérito, um processo influenciado por ideologias como o darwinismo social.

Além da divisão entre os criadores, ter-se-á a divisão entre aqueles que estão aptos ao consumo e daqueles que não estão. Os ricos tinham mais tempo e recursos para o deleite artístico ao passo que os mais pobres estavam ocupados nos chãos de fábrica. Os primeiros consumirão a “alta cultura”, os demais apreciarão a “baixa cultura”. O capitalismo define os sujeitos e os predicados da cultura. O caráter de valor de troca da criatividade é o que tem sido obstinadamente procurado por empresários, gestores e políticos em todo o mundo na atualidade.

O ensaísta entende a interferência do neoliberalismo em sentido multidimensional: “free market economic thought, the elevation of self-interest as the guiding force of progress, minimal state intervention and, increasingly, invasive forms of biopolitical control”(p. 11)⁴. Para o geógrafo, a influência se arvora sobre toda a vida social, o imperativo do desempenho, da criatividade e da concorrência entre sujeitos que laboram para se tornarem melhores a cada dia, esmerando sua educação, habilidade e saúde, pois são os recursos de que dispõem para enfrentar o mundo. Não é coincidência que o termo criativo esteja em toda a parte: economia criativa, cidade criativa, indústria criativa, classe criativa, do mesmo modo que temos a invasão em programas de televisão como: No limite, Big brother Brasil, Masterchef, Danças dos famosos, dentre outros que exacerbam e naturalizam os valores do mercado.

Segundo Mould, o capitalismo não constrói criatividade, mas dela se apropria, buscando sempre domesticar o talento. Seu mecanismo de subsunção da criatividade envolve inicialmente as vozes dissonantes com incentivos financeiros, reconhecimento ou mesmo a promessa de descanso à exaustão física e emocional das práticas de resistência, contudo,

but in so doing, those anticapitalisms cease their destabilizing practices: they become fertile grounds that can be harvest for more profit. Indeed, this is how capitalism’s appropriative mechanisms have been so successful. It is the creativity rhetoric fuelled by the ideology of self-interest, market logics and competition that has been wielded as capitalism’s most potent weapon. it has become the very means by which capitalism can boast: “There is no alternative”(p. 15)⁵.

Muitas empresas catapultam seu marketing “apoiando” causas de alguns movimentos sociais, ideologias anticapitalistas e outros ativismos, tornando atraentes a contestação e a crítica social, esse tem sido o *modus operandi* que os capitalistas têm usado para se apropriarem com tanto sucesso algumas de suas campanhas. O autor cita o exemplo da Pepsi no âmbito dos protestos contra Donald Trump nos Estados Unidos, quando a empresa se associou às reivindicações tornando o “climão” provocado pelo racismo institucional da polícia, o spray de pimenta, a carestia e a opressão em desfile de moda, sob o título “Live bolder, live louder, live for now. Drink Pepsi”⁶. Esse tipo de exercício de *branding* ilustra perfeitamente como o capitalismo transforma oponentes em promotores.

Neste contexto, o autor evidencia a tarefa das ciências e da crítica na desmistificação do discurso desta criatividade exaltada por empresas e governos e a forma

4. “pensamento econômico de livre mercado, a elevação do interesse próprio como força orientadora do progresso, intervenção mínima do Estado e, cada vez mais, formas invasivas de controle biopolítico”.

5. “Mas, ao fazer isso, esses anticapitalismos cessam suas práticas destabilizadoras: eles se tornam um terreno fértil que pode ser colhido para obter mais lucro. Na verdade, é assim que os mecanismos de apropriação do capitalismo têm sido tão bem-sucedidos, é a retórica da criatividade alimentada pela ideologia do interesse próprio, da lógica do mercado e da competição que foi empunhada como a arma mais potente do capitalismo. Tornou-se o meio pelo qual o capitalismo pode se orgulhar: ‘não há alternativa’”.

6. “Viva ousadamente, viva mais alto, viva agora. Beba Pepsi!”

como ela administra o trabalho, a vida das pessoas, a política, a tecnologia e a cidade. Para Mould, é importante ressaltar que há uma contracorrente que rejeita essa “criatividade plastificada”, sujeitos que detêm uma criatividade, cujos contornos podem vir a ser revolucionários ao passo que compete para a desestabilização da criatividade neoliberal. O autor faz críticas ao modo como os neoliberais justapõem os discursos da criatividade e da austeridade, sugerindo que o arrocho financeiro da população faz com que os indivíduos se tornem mais criativos frente às adversidades. Para ele, precisamos educar as pessoas para que elas não caiam nesse discurso e escolham representantes que não apoiem esse conjunto de políticas, “chega de remédios amargos!” (Blyth, 2017). Para Mould, a criatividade no neoliberalismo é uma ideia tão perigosa quanto a austeridade, no imperativo “*Be creative!*”⁷ há embutido o alto custo que impacta no bem-estar social e psicológico dos indivíduos, levando-os à exaustão analisada por Byung-Chul Han (2015).

7. “Seja criativo!”

8. “O sucesso da Apple é supostamente construído sobre o gênio de Steve Jobs, não do exército de trabalhadores chineses na Foxconn, as crianças minerando a matéria-prima na República Democrática do Congo ou a inovação em tecnologia de resistência ao vidro pela Gorilla Glass. A ascensão do Facebook ao domínio global das mídias sociais é retratada como o resultado da determinação de um homem, Mark Zuckerberg, mas ele foi acusado de roubar a ideia enquanto estava na faculdade. E sem subsídios governamentais financiados por impostos no valor de até US\$ 5 bilhões, o império Tesla de Elon Musk não existiria.”

O escritor evidencia que a doutrina capitalista sobre a criatividade é dogmática e tende a escamotear a realidade injusta do sistema, indaga: “Se somos todos criativos, por que estas pessoas estão submetidas a condições tão degradantes?” O autor critica ideias trazidas por Richard Florida, um dos maiores marqueteiros da economia criativa dos últimos anos, mostrando que por detrás da riqueza de empresas como Apple há trabalho infantil e péssimas condições de trabalho na Foxconn, empresa que fabrica iPhones na China. “Se somos todos criativos, por que há tantas desigualdades entre os setores e por qual razão sempre um indivíduo fica com todo o legado?”

Apple’s success is supposedly built upon the genius of Steve Jobs, not the army of Chinese workers in Foxconn, the children mining the raw material in the DRC, or the innovation in glass-toughness technology by Gorilla Glass. Facebook’s rise to global domination of social media is portrayed as the result of the determination of one man, Mark Zuckerberg, but he has been accused of stealing the idea while at college. And without tax-funded government grants worth up to \$5 billion, Elon Musk’s Tesla empire would not exist (p. 27-28)⁸.

Esses exemplos mostram que a criatividade não acontece no vácuo, mas em determinado contexto. Mark Zuckerberg, Steve Jobs, Charles Darrow, João Dória, Eike Batista, dentre outros, são considerados criativos por se alimentarem da força de trabalho criativa de outros, destaque-se ainda que essas personagens formam um perfil social de privilégio: homens, brancos e de classe média. Eles não precisaram gastar suas energias lutando contra as violências institucionalizadas que obstam as mulheres, os negros e os pobres.

O trabalho criativo incitado pelo neoliberalismo também tem características antisociais, os trabalhadores não se reconhecem uns nos outros, porque são constantemente imbuídos por um sentimento de competição estimulado pelas corporações. Nesse processo, os mais fortes (ricos) vão, gradativamente, sendo considerados “gênios criativos”, havendo, assim, uma sacralização da criatividade individual, contra o trabalho social necessário para produzir as mercadorias e a prestação dos serviços, tal como Marx (2011) havia posto na relação entre trabalho concreto e abstrato.

Um dos pontos altos do livro é a indicação de que existe um potencial verdadeiramente criativo e social que está sendo marginalizado, a exemplo da força e do senso de comunidade dos trabalhadores do National Health Service (Sistema Nacional de Saúde do Reino Unido), um trabalho bem-feito, com consciência social que resiste há muitas investidas do capital privado.

Segundo o autor,

NHS workers are pushing against this and creating spaces for non-capitalistic healthcare provision to flourish. [...] these workers are utilizing their extra personal and social resources towards a non-commercialized, non-capitalist public service which is so extraordinary, precisely because it is increasingly rare in contemporary capitalist society (p. 44-45, grifo meu)⁹.

Ao longo de todo o livro, Mould fala sobre restaurarmos o senso de coletividade e do comum entre os indivíduos, sendo o exemplo do sistema de saúde do Reino Unido um poderoso exemplo. Acredito que possamos espriar esse sentimento de zelo e coletivismo ao Sistema Universal de Saúde do Brasil (SUS), que também enfrenta todo um processo de sucateamento. O exemplo é excelente, sobretudo com a pandemia do novo coronavírus que explicitou que sem um Estado forte nós estaríamos reduzidos à política de morte ensejada pelo mercado, a rede Prevent Sênior e que os políticos ultraconservadores e neoliberais brasileiros exemplificam de modo majestoso.

O autor indica que nem toda ideia de compartilhamento é substancialmente verdadeira, nesse sentido adentra a sua crítica à seara dos aplicativos e do algorítmico. O fenômeno da *sharing economy*¹⁰, surgido da quarta revolução industrial, a autonomia das empresas e a regulação estatal, efeitos provocados pelo avanço tecnológico-informacional-digital, efeitos que marcam o imenso poder das grandes corporações transnacionais, capazes de relativizar as fronteiras territoriais nacionais. O autor subsidia o debate político no tocante às formas de analisar e enfrentar

9. “Os trabalhadores do NHS estão lutando contra isso e criando espaços para o florescimento da oferta de saúde não capitalista. [...] esses trabalhadores estão utilizando seus recursos pessoais e sociais extras para um serviço público não comercializado e não capitalista que é tão extraordinário, precisamente porque é cada vez mais raro na sociedade capitalista contemporânea.”

10. Economia de compartilhamento.

os efeitos dessas novas relações de trabalho, a exemplo do aprofundamento da precarização das formas de exploração do trabalho.

Mould fala da maior vigilância sobre os trabalhadores operada pelos aplicativos e a lógica algorítmica, fato que tem ameaçado até mesmo a privacidade dos consumidores. Ou seja, um fenômeno que nos ataca duplamente, não só como trabalhadores, mas também enquanto consumidores. Aqui, Mould remete ao que disse Zuboff (2019) sobre a vigilância trazida pela dataficação da vida dos indivíduos, orquestrada pelas grandes empresas de tecnologia (*Big Techs*).

Por fim, deve-se sempre contextualizar os discursos sobre a criatividade, pois a faculdade de criar “algo do nada” é desigual em nossas sociedades, sobretudo, num contexto de radicalização da proposta neoliberal vigente em todo o mundo. O autor vê no associativismo entre vizinhos nas cidades, a verdadeira força da criatividade, no sentido de construção de coisas e processos em comum que rompem com a lógica privatista e financista da criatividade invocada pela racionalidade neoliberal. A ideia de comum tão em desuso é que oferecerá o potencial de contribuir para o futuro da humanidade.

As 234 páginas foram escritas para contrarrazoar um dos maiores marqueteiros da economia criativa uma leitura hegemônica sobre a economia criativa por meio de problemas do dia a dia, esmiuçando e denunciando aspectos ideológicos e as desigualdades que muitos teimam em não enxergar em diversos espaços da vida social: no trabalho, na vida cotidiana, na política, na tecnologia e nas cidades.

Oli Mould aponta para a criação de novos fenômenos a respeito dos quais o capitalismo não está prevenido, sugere que olhemos para a poderosa energia às margens da sociedade e nas fissuras do mundo comercializado que está desestabilizando o terreno onde o futuro do capitalismo está sendo colhido. Criatividade deve estar focada sobre a busca daquelas atividades, pessoas e efemeridades que resistem à cooptação, apropriação e estabilização pelo capitalismo em vez de reforçá-lo. É neste sentido, que sugere “*everything you have been told about creativity is wrong!*”¹¹

11. “Tudo o que te disseram sobre criatividade está errado!”

Referências

BLYTH, Mark. *Austeridade. A história de uma ideia perigosa*. São Paulo: Autonomia Literária, 2017.

FOUCAULT, Michel. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do cansaço*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola. 1992.

MARX, Karl. *Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da crítica da economia política*. São Paulo; Rio de Janeiro: Boitempo; Editora UFRJ, 2011.

ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. New York: Public Affairs, 2019.



