

A CRIATIVIDADE COMO COMPETÊNCIA ESSENCIAL NO SÉCULO XXI

CREATIVITY AS AN ESSENTIAL SKILL FOR THE 21ST CENTURY

Ana Maria de Souza Teixeira¹

RESUMO

Neste artigo, o significado da palavra criatividade em um contexto de capitalismo avançado será analisado. Com base na análise do discurso e nos estudos sobre a governamentalidade de Michel Foucault, o objetivo deste trabalho é compreender de que forma o fomento à criatividade no século XXI tem se institucionalizado nas sociedades ocidentais. Para tanto, serão trabalhados os conceitos do si empreendedor (*das unternehmerische Selbst*) e do dispositivo de criatividade (*Kreativitätsdispositiv*).

PALAVRAS-CHAVE

Criatividade, empreendedorismo, neoliberalismo, si empreendedor, dispositivo de criatividade.

ABSTRACT

In this article, the meaning of the word 'creativity' in a context of advanced capitalism will be analyzed. Based on the discourse analysis and the governmentality studies of Michel Foucault, the goal of this article is to understand how the promotion of creativity in the 21st century has become institutionalized in western societies. For that purpose, concepts of the entrepreneurial self and of the creativity dispositif will be presented.

KEY WORDS

Creativity, entrepreneurship, neoliberalism, entrepreneurial self, creativity dispositive.

Introdução

Em um contexto pós-fordista de inovações aceleradas, relações de trabalho temporárias e ênfase no capital imaterial, a palavra 'criatividade' tem se destacado não apenas pela frequência com que é evocada, mas também pela conotação positiva que quase unanimemente lhe é conferida. Conceitos como *creative industries*, *creative economy*, *creative class* e *creative city*, os quais surgiram e se multiplicaram rapidamente nas últimas décadas, revelam um fenômeno não meramente semântico, mas sobretudo social: o desenvolvimento sistemático de um ideal de criatividade no século XXI.

¹ Mestre em Ciências Culturais pela Universidade de Constança, Alemanha. Bacharel em Relações Internacionais pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul), Porto Alegre, Brasil. a.teixeira@macromedia.de

Percebida como uma solução para os mais diversos problemas (BRÖCKLING, 2007, p. 154), a criatividade tem sido requisitada com entusiasmo crescente nos mais variados setores das sociedades ocidentais. Ademais, a referência ao criativo tem ocorrido cada vez mais em contextos do empreendedorismo, tornando difícil o ato de falar em criatividade sem se mencionar a indústria, a inovação e os negócios (HARRIS, 2014, p.02-03). Para muito além de aspirações artísticas individuais, a busca pelo criativo revela-se, hoje, nos hábitos de consumo, nas relações de trabalho, na reestruturação de organizações e até mesmo na elaboração de programas políticos. O apelo ‘Seja criativo!’ tem se tornado, de fato, um “mantra da pós-modernidade” (BECKER, 2007, p.23, tradução da autora).

No meio acadêmico-científico, a pesquisa sobre criatividade, cuja base há mais de sessenta anos está assentada sobre os campos da psicologia e da neurociência, concentra-se não na definição de ‘criatividade’ em si, mas sim na identificação de gatilhos do potencial criativo. Teorias como a do ‘pensamento divergente’ (Guilford), do ‘pensamento cinético’ (Gordon) e do ‘estado Flow’ (Csikszentmihalyi), as quais são definidoras da pesquisa sobre criatividade nas últimas décadas, partem, invariavelmente, de uma premissa comparativa: criativo é aquele que tem ideias mais originais e/ou mais surpreendentes do que os outros. A consequente escolha pelo foco na otimização da criatividade nessas teorias revela, com efeito, uma crença fundamental na criatividade como algo que deve ser almejado e intensificado.

Verdade seja dita, atualmente, imaginar alguém (indivíduo ou instituição) que, deliberadamente, não deseje ser criativo é um pensamento que causa muito estranhamento, beirando o absurdo (RECKWITZ, 2012, p.09). Tal imperativo da criatividade pode ser visto como um dos possíveis desdobramentos da chamada ‘democratização da criatividade’ (HARRIS, 2014, p.02), a qual prega que todos os indivíduos são capazes de ser criativos. Ainda que tal democratização, aliada à institucionalização do fomento à criatividade, ofereça motivos suficientes para ser celebrada, a carência de uma reflexão mais profunda sobre esse processo no meio acadêmico é, no mínimo, uma pena.

Neste artigo, pretende-se incitar tal discussão, demonstrando de que forma a democratização e o imperativo da criatividade interagem. Para o desenvolvimento de tal análise, o artigo divide-se em três partes. A primeira apresenta conceitos básicos da análise do discurso e dos estudos sobre a governamentalidade de Michel Foucault, fundação teórica do presente trabalho. A segunda trata do conceito desenvolvido por Ulrich Bröckling sobre o ‘si empreendedor’ (*das unternehmerische Selbst*), essencial para analisar a subjetividade do indivíduo nas sociedades ocidentais contemporâneas. A terceira parte, baseada no ‘dispositivo de criatividade’ (*Kreativitätsdispositiv*), de Andreas

Reckwitz, busca tecer uma análise mais profunda sobre a criatividade como competência fundamental no século XXI.

Análise do discurso e governamentalidade

A essência do pensamento foucaultiano não é uma análise cronológica de um sujeito histórico transcendental, mas sim uma análise histórica sobre a produção de verdades. O que Foucault problematiza são as bases das relações sociais, é o incontestável, é:

o 'sujeito' como unidade autônoma e instância moral soberana; o 'corpo' como base natural de todas as experiências; a 'sexualidade' como expressão de um desejo compulsivo e da natureza humana; [...] a 'História' como concebida a partir de um modelo de continuidade, de tradição, de memória (BUBLITZ, 2002, p. 33, tradução da autora).

Foucault percebe a História como algo contingente, marcado pela aleatoriedade. Por isso, na sua pesquisa, um 'discurso' não é uma manifestação de um sujeito pensante, não é algo oculto a ser desvendado, mas sim a regularidade com que certos enunciados acontecem em um determinado momento. Discursos são, nesse sentido, práticas descontínuas, as quais podem se somar ou apenas coexistir, mas também se excluir umas às outras (FOUCAULT, 1974, p.82). Discursos não são, portanto, meros símbolos em forma escrita ou falada, mas sim práticas a partir das quais regras e verdades sociais sistematicamente emergem ou desaparecem. A prática discursiva é definida por Foucault como "um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa" (FOUCAULT, 2008a, p. 133).

Nesse contexto, um dos objetivos da análise do discurso é identificar quais enunciados se tornaram temporariamente estáveis na sociedade por meio de uma prática discursiva (SARASIN, 2005, p.105). Tendo em vista que uma determinada prática discursiva se articula com práticas sociais e institucionais, estabelece-se uma interação entre elas, na qual o saber é uma forma de regulação e relações de poder são exercidas (DELEUZE, 1987, p. 100). A rede por meio da qual tais relações entre poder e saber se estabelecem é denominada por Foucault como 'dispositivo'. Analisa-se, assim, com um dispositivo, não *por que*, mas sim *como* certas relações entre poder e saber se estabelecem (MAASEN, 2009, p. 43).

Mais que um discurso, um dispositivo é, portanto, uma teia de práticas discursivas e de estruturas de poder, é um conjunto de regras e procedimentos que perpassa os mais diferentes setores e instituições da sociedade (RECKWITZ, 2012, p.49-50). Sem que haja atores sociais coordenando-o conscientemente, e, apesar de heterogêneo, um dispositivo pode ser identificado pela sua ordem do

saber: em sua lógica cultural, um dispositivo afirma sistemática e estrategicamente determinados modelos individuais, sociais, econômicos, políticos, enquanto refuta outros (RECKWITZ, 2012, p.49).

Para além de sua análise sobre as relações entre poder e saber, Foucault investiga as práticas de subjetivação na sociedade, isto é, de que maneira sujeitos se desenvolvem em sua individualidade, se referem a si mesmos e se identificam como indivíduos autônomos e livres (SARASIN, 2015, p.13). No centro dessa reflexão, está a ideia de ‘governo’, que se configura como uma interligação, tanto entre relações de poder e formas de governar, quanto entre relações de poder e práticas de subjetivação. Com o neologismo ‘governamentalidade’, que é a fusão das palavras governo (*gouvernement*) e mentalidade (*mentalité*), Foucault procura observar o conjunto de práticas, técnicas e instituições que possibilitaram o surgimento do Estado liberal moderno (FOUCAULT, 2004a, p.219).

O Estado liberal moderno não é necessariamente visto como uma estrutura administrativa e institucional, mas muito mais como uma combinação entre práticas coercitivas e práticas de subjetivação dentro da mesma estrutura política (FOUCAULT, 1987, p.248). Nesse sentido, Foucault identifica na arte liberal de governar a busca pela liderança de indivíduos, os quais são compreendidos como parte de uma população. A população, por sua vez, não é apenas o instrumento com que se governa, mas também o objetivo do governo em si: seja ele melhorar suas condições de saúde, seja aumentar sua riqueza (FOUCAULT, 2004a, p.158). Diante disso, a tarefa de produção e reprodução de uma sociedade homogênea requer o desenvolvimento de dispositivos de segurança, os quais garantem processos econômicos e demográficos de controle da população (SARASIN, 2005, p. 176).

Assim sendo, busca-se na população a manutenção de uma espécie de sujeito coletivo, enquanto que a diversidade do indivíduo é compreendida como um instrumento para praticar coerção sobre a população (NITSCH, 2013, p.72). Partindo dessa perspectiva, Foucault entende o liberalismo – e isso vale tanto para o liberalismo clássico dos séculos XVIII e XIX, quanto para o neoliberalismo do século XX – menos como uma ideologia e muito mais como uma racionalidade política, uma arte de governar, a qual não necessariamente se impõe por meio de instituições, mas sim pela expansão de práticas coercitivas que, a partir da ideia de população, abrangem a sociedade como um todo e para muito além do aparato estatal (BRÖCKLING, 2007, p. 78).

No Estado liberal, ainda que não seja possível controlar a população até o nível do indivíduo, é preciso que exista uma ordem social que funcione de acordo com a sua racionalidade política (SARASIN, 2005, p.180). Nesse cenário, o conceito de ‘liberdade’ emerge como fator fundamental do liberalismo, pois é, com base na ideia de liberdade, que tal ordem é criada. A governamentalidade liberal, contudo, não apenas produz liberdade, mas também a consome, pois ela só pode funcionar se existe efetivamente certo número de liberdades: liberdade

de mercado, liberdade do vendedor e do comprador, livre exercício do direito de propriedade, liberdade de discussão [...] A nova razão governamental necessita portanto de liberdade, a nova arte governamental consome liberdade (FOUCAULT, 2008b, p. 86).

Em uma dinâmica em que liberdade é constantemente produzida e consumida, a arte liberal de governar se apresenta como “gestora da liberdade [...]”. Não é o ‘seja livre’ que o liberalismo formula. O liberalismo formula simplesmente o seguinte: vou produzir o necessário para tornar você livre. Vou fazer de tal modo que você tenha a liberdade de ser livre” (FOUCAULT, 2008b, p. 86-87).

A liberdade do indivíduo não é, portanto, algo que existe por si só, mas sim uma condição que é produzida e limitada por meio de relações de poder. Visto que a liberdade do indivíduo é um estado frágil sob constante ameaça, fazem-se necessárias constantes intervenções, isto é, novos mecanismos de segurança que mantenham as condições de existência da liberdade (LEMKE, 2000, p.14). É, portanto, a partir do ideal de garantia da liberdade, que dispositivos de segurança alcançam a totalidade da sociedade até o nível do indivíduo. Liberdade e segurança tornam-se, então, conceitos quase indissociáveis. (FOUCAULT, 2004a, p.79). Nesse contexto, dispositivos de segurança manifestam-se em forma de práticas discursivas, coercitivas e de subjetivação, as quais, orientadas pela imprevisibilidade do futuro, trabalham com um sentido muito específico de liberdade: o de constante ameaça (VASILACHE, 2014, p.146).

Na realidade neoliberal, tal noção de liberdade é exacerbada, visto que a busca pela garantia de liberdade parte, exclusiva e naturalmente, do pressuposto de riscos calculáveis e decisões estratégicas. Por meio de redes de confiança e práticas de monitoramento, procura-se suprimir riscos e contornar o imprevisível. A liberdade tem, portanto, um preço: “o monitoramento contínuo. Onde quer que a liberdade apareça em nossa era neoliberal, há monitoramento, auditoria, regulação de normas” (OSBORNE, 2001, p.15, tradução da autora).

Esse monitoramento constante da liberdade por meio de dispositivos de segurança constitui, na teoria foucaultiana, a racionalidade liberal em si. Aqui é importante ressaltar que, para Foucault, ‘racionalidade’ não se refere a uma razão transcendental e superior, mas sim a práticas históricas, nas quais formas de percepção e de julgamento são geradas. Assim, o que ele busca com esse termo não é classificar determinadas práticas entre racionais e irracionais, mas sim identificar qual tipo de racionalidade é empregado em um dado momento – pois há sempre uma racionalidade inerente a uma determinada prática (LEMKE, 2000, p.20).

No Estado liberal moderno, Foucault identifica como instrumentos de manutenção da racionalidade tanto tecnologias de dominação, quanto

‘tecnologias de si’ (FOUCAULT, 2004b, p. 323). Enquanto aquelas objetivam a sujeição do indivíduo por meio da dominação, essas são orientadas pela auto-regulação e auto-realização do indivíduo. As tecnologias de si

permitem aos indivíduos efetuar, com seus próprios meios ou com a ajuda de outros, um certo número de operações em seus próprios corpos, almas, pensamentos, conduta e modo de ser, de modo a transformá-los com o objetivo de alcançar um certo estado de felicidade, pureza, sabedoria, perfeição ou imortalidade (FOUCAULT, 2004b, p. 323-324).

Tais tecnologias possibilitam, desse modo, o surgimento de novas formas de o sujeito se relacionar consigo mesmo. As tecnologias de si exercem, com efeito, um papel central nas sociedades ocidentais, pois permitem que indivíduos influenciem a si mesmos e se regulem de acordo com a ordem racional vigente.

A governamentalidade, entendida como a interação entre tecnologias de coerção e tecnologias de si, manifesta-se, portanto, não na opressão de subjetividades, mas, sobretudo, na produção delas (FOUCAULT, 2004b, p.324). Nesse sentido, a arte liberal de governar “não opera exclusiva e necessariamente por meio de proibições implícitas ou explícitas, mas sim e exatamente por meio de seu poder de mover sujeitos em direção a um determinado comportamento” (LEMKE, 2000, p.29, tradução da autora). Assim sendo, com base nos estudos da governamentalidade, é possível identificar, na realidade atual, uma série de tecnologias que modelam o comportamento do indivíduo. Isso engloba tanto práticas de dominação, controle e normalização do indivíduo, quanto práticas que o estimulam no desenvolvimento de sua subjetividade.

O indivíduo como empreendedor de si mesmo

Baseado na ideia de governo no sentido foucaultiano, Ulrich Bröckling desenvolve o conceito do ‘si empreendedor’ (*das unternehmerische Selbst*), tecendo uma análise sobre práticas que apontam para um determinado processo de subjetivação em vigor nas sociedades ocidentais. Assim como para Foucault, também para Bröckling a ideia de liberdade tem um significado fundamental na construção do sujeito contemporâneo. Isso não significa, contudo, que, no neoliberalismo da atualidade, a racionalidade política pregue um ‘regime da liberdade’, no qual os indivíduos são ‘obrigados’ a ser livres. O foco não está no imperativo da liberdade como valor universal, mas sim na produção, na gestão e na organização da liberdade, desde o nível estatal até o nível do indivíduo (FOUCAULT, 2008b, p. 86-87; BRÖCKLING, 2007, p. 80).

Para o indivíduo, a liberdade torna-se, na prática, sinônimo de fazer escolhas de acordo com as possibilidades que estão à sua disposição em determinado momento. A manutenção da liberdade, assim, força o indivíduo a tomar decisões na mesma medida em que as oferece. Nesse sentido, como ele

conduz sua vida se reduz rapidamente a uma sequência de decisões estratégicas. Isso implica a crença de que o indivíduo é o único agente responsável pelos seus próprios fracassos (BRÖCKLING, 2007, p.26).

Como consequência disso, a relação do indivíduo consigo mesmo torna-se um ‘projeto de si’, no qual ele usa da sua liberdade de forma estratégica, buscando garantir o seu bem-estar ou sucesso. A condução de tal projeto, com ou sem o auxílio de “consultores profissionais, terapeutas, *coaches* ou outras autoridades”, está sempre “sujeita ao auto-monitoramento” (BRÖCKLING, 2007, p.27, tradução da autora). De fato, clichês como ‘*know yourself*’ ou ‘*master yourself*’ incorrem, repetidamente, em práticas de auto-regulação – sejam elas praticar meditação, sejam escrever um diário, sejam fazer terapia (ROSE, 1998, p.29). É, portanto, por meio do auto-monitoramento, que o indivíduo busca constantemente ajustar a trajetória da própria vida, mesmo consciente de que as chances de fracasso andam juntas com as de auto-realização (BRÖCKLING, 2007, p.27).

Paralelamente a isso, o incentivo massivo à tomada de iniciativas empreendedoras é uma das características centrais das sociedades ocidentais, influenciando intensivamente também as práticas de subjetivação vigentes. Por meio do conceito do *homo oeconomicus*, a teoria do capital humano descreve o indivíduo “não como parceiro de troca, mas sim como o ‘empreendedor de si’, que é para si mesmo seu próprio capital, seu próprio produtor e sua própria fonte de posses” (FOUCAULT, 2004a, p. 314, tradução da autora). Nesse cenário, consumidores não são mais vistos como usuários passivos, mas sim como produtores ativos: em busca de máxima satisfação, a compra de bens e serviços passa a significar o gerenciamento de diferentes variáveis, principalmente do fator tempo. Isso significa não apenas um processo de economização do tempo de trabalho, mas também do tempo de consumo.

Partindo disso, um espectro completamente novo de atividades passa a ser integrado pela teoria do capital humano, e os indivíduos passam a ser compreendidos como instituições econômicas idênticas a empresas (BRÖCKLING, 2007, p.88). Enquanto empresa, o indivíduo precisa ser gerenciado e monitorado, com o intuito de melhor se posicionar no mercado. Desse modo, o imperativo do empreendedorismo tem por consequência não apenas a crescente comoditização dos mais variados setores da sociedade e da vida privada, mas também a expansão da lógica de concorrência até a esfera individual. A competição configura-se, assim, não apenas como um princípio central do empreendedorismo, mas também como um mecanismo ideal de condicionamento e regulação do indivíduo, pois ela “não opera contra a busca individual pela vantagem, mas exatamente por meio desta” (BRÖCKLING, 2007, p. 106, tradução da autora).

A dinâmica da governamentalidade neoliberal manifesta-se, portanto, na competição como tecnologia de dominação, e na busca pela maximização das habilidades competitivas individuais como tecnologias de si (BRÖCKLING, 2007, p.107). Por conseguinte, no centro da subjetividade da racionalidade neoliberal, emerge a imagem do 'si empreendedor': um sujeito autônomo e livre, um 'si' capaz de tomar decisões estratégicas em busca do auto-aprimoramento, um 'si' que se sente responsável pelo seu próprio destino em um mundo desregulado, um 'si' que, por meio da auto-regulação e do auto-aprimoramento, almeja se manter competitivo nos mais diversos aspectos da sua vida (BRÖCKLING, 2007, p. 107; MAASEN, 2007, p. 07).

Esse cenário revela que, por mais que o indivíduo não tenha a obrigação de obedecer às autoridades políticas, morais ou religiosas nas sociedades ocidentais atuais, isso não significa que a sua subjetividade esteja imune à influência de mecanismos de regulação. Na verdade, tais mecanismos são, no presente, apenas mais difíceis de distinguir, já que as interações entre relações de poder e subjetividades se tornaram mais complexas. Ademais, as práticas que envolvem a ideia do si empreendedor, ainda que digam respeito a objetivos individuais, não deixam de ter uma influência importante em como ele vê, por exemplo, a política – já que o si empreendedor não percebe mais a si mesmo como um sujeito com deveres e responsabilidades dentro de uma sociedade, mas sim como um indivíduo com direitos e liberdades (ROSE, 1998, p. 151).

A complexidade do ideal do si empreendedor pode ser identificada na dinâmica ambígua que o projeto de si, invariavelmente, estabelece: por um lado, a busca do indivíduo pela maximização da sua felicidade, da sua qualidade de vida e das suas vantagens comparativas aumenta a sua autonomia; por outro, instrumentaliza as próprias escolhas autônomas em nome da manutenção do seu estilo de vida empreendedor (ROSE, 1998, p. 158). Consequentemente, por meio do ideal do si empreendedor, os valores do empreendedorismo penetram a vida privada cada vez mais profundamente, manifestando-se em forma de práticas de auto-regulação. No caso da vida amorosa, por exemplo, se o indivíduo está insatisfeito com as próprias expectativas ou escolhas, não faltam textos de auto-ajuda à sua disposição. Neles, as técnicas de solução de problemas apresentadas referem-se, invariavelmente, a práticas de otimização de si mesmo: se o leitor está tendo dificuldades amorosas é porque ele precisa reavaliar e reajustar sua aparência, seu comportamento ou até o que ele deseja para si mesmo; ou seja, ele precisa se adaptar e precisa aprender a botar em prática tais mudanças. Isso significa que, também nas relações amorosas, assim como na maioria das outras áreas da vida privada, a prontidão para aprender novas técnicas de auto-regulação configura-se, com efeito, como um pré-requisito (BRÖCKLING, 2007, p. 60).

De fato, a prontidão para a aprendizagem permanente (*life-long learning*) é característica essencial da figura do si empreendedor, já que, para ser mais atraente, mais inovativo, mais inteligente ou mais bem-sucedido que os outros, o indivíduo precisa estar em um modo de constante aprimoramento. No ambiente de trabalho, a disposição para a aprendizagem contínua é extremamente valorizada, muitas vezes até mesmo mais do que as formas de aplicação do conteúdo que está sendo aprendido. Assim, mais do que a produtividade do trabalhador, é a ‘rentabilidade do seu próprio capital’ que é requisitada (OSTEN, 2007, p. 104).

Isso significa que, por meio da competição e da necessidade de tomar decisões estratégicas nas mais variadas áreas, o si empreendedor está cada vez mais em busca da maximização do seu próprio capital, que, por sua vez, significa a maximização da sua própria existência (ROSE, 1998, p.151). A necessidade profunda do indivíduo em responder para si mesmo perguntas como ‘Quem sou eu?’ ou ‘Como eu posso me auto-realizar?’ bem ilustra o quanto o projeto de si está enraizado na subjetividade contemporânea (LOREY, 2007, p. 127).

Nesse sentido, o ideal do si empreendedor tem se configurado não tanto como uma opção para o indivíduo, mas muito mais como uma norma na busca pela garantia da própria existência (BRÖCKLING, 2007, p.283). Ademais, na realidade neoliberal, mesmo que a execução do projeto de si traga, em um dado momento, resultados satisfatórios para o indivíduo, há sempre novas ameaças, novos fatores a ser considerados. Estes, por sua vez, exigem que o auto-monitoramento e a busca pela auto-otimização não cessem jamais, fazendo com que o projeto de si jamais se conclua (BRÖCKLING, 2007, p.283).

A figura do si empreendedor, permanentemente preparado para se aprimorar e se ajustar às exigências externas com uma devoção quase que incondicional, revela-se, desse modo, como um projeto extremamente frustrante: assim que determinados objetivos são alcançados, novos motivos para aprimoramento são identificados. Além disso, mesmo se o ideal do si empreendedor pudesse ser alcançado, isso significaria, simplesmente, que a lógica de regulação do mercado foi capaz de, finalmente, penetrar até o nível mais profundo da subjetividade do indivíduo (BRÖCKLING, 2007, p.283).

Em uma realidade cada vez mais incerta e orientada para a competição, a busca pela criatividade está cada vez mais profundamente ligada ao ideal do si empreendedor, pois o auto-monitoramento e o auto-aprimoramento exigem do indivíduo que ele esteja constantemente se ‘reinventando’. A ideia de criatividade surge, então, como “a religião civil do si empreendedor” (BRÖCKLING, 2007, p. 153, tradução da autora), pois o auto-monitoramento e auto-aprimoramento ininterruptos requerem não apenas persistência, mas também crença suficiente na capacidade de criar novas formas de superar as adversidades. Como toda

religião, também a criatividade no sentido neoliberal implica a existência de determinadas convicções, de práticas sociais, de instituições e de autoridades no assunto (BRÖCKLING, 2007, p. 153). Na próxima seção, serão tratados esses fatores que configuram o chamado ‘dispositivo de criatividade’ na atualidade.

O dispositivo de criatividade

Como visto, na governamentalidade neoliberal, liberdade, auto-monitoramento, determinação e responsabilidade pelas próprias escolhas são valores centrais, os quais são regulados tanto por práticas de coerção quanto de subjetivação. O crescente apelo à criatividade nos mais diversos setores da sociedade configura-se do mesmo modo: qual tipo de criatividade é incentivado ou desestimulado, quais ideias ou comportamentos são considerados criativos e até mesmo quais são os fins e meios de aplicação da criatividade são partes de uma determinada prática discursiva. Eles são, portanto, conceitos definidos, orientados e geridos por diferentes tecnologias de coerção e de si. O estímulo à criatividade predominante na atualidade está, assim, sujeito a uma racionalidade específica: a neoliberal (BRÖCKLING, 2007, p. 154).

Buscando analisar os diversos fatores que possibilitam que o ideal de criatividade neoliberal se torne uma força modeladora das sociedades ocidentais contemporâneas, Andreas Reckwitz (2012) cunhou o termo ‘dispositivo de criatividade’ (*Kreativitätsdispositiv*). Em sua pesquisa, Reckwitz (2012) observa que, com o dispositivo de criatividade, uma forte dinâmica entre o desejo individual de ser criativo e a exigência social no que diz respeito à criatividade tem se estabelecido. Essa complexa interação tem resultado no estabelecimento de um modelo normativo de criatividade no cerne da sociedade e da cultura ocidental – isto é, um ideal específico de criatividade está sendo profundamente institucionalizado (RECKWITZ, 2012, p.10).

Dentre os fatores que possibilitaram que o dispositivo de criatividade tenha se desenvolvido, Reckwitz (2012, p. 15) identifica a expansão das artes, a revolução da mídia, a comoditização, a diversificação de produtos e a individualização. Para ele, esses fatores não são apenas constitutivos do dispositivo de criatividade, como também são fenômenos paralelos ao processo de racionalização e desestetização da sociedade durante o desenvolvimento capitalista do século XX.

Representada principalmente nos movimentos vanguardistas, a expansão da arte é definida como a penetração da arte no cotidiano e a estetização de objetos e de estilos de vida, os quais representam uma reação à racionalidade e à desestetização do capitalismo moderno (RECKWITZ, 2012, p. 106). Concomitante a essa busca pela estetização do dia-a-dia acontece também a revolução da mídia, a qual transforma a percepção sensorial do indivíduo e, permanentemente, reestrutura o seu senso estético – desde a criação do cinema

e da fotografia no final do século XIX até a revolução digital do século XXI (RECKWITZ, 2012, p.35).

Aliada a esses fatores, há ainda a produção de bens de consumo essencialmente estéticos, a qual não apenas objetiva a criação de símbolos e sentimentos para determinado público, como também fortalece a expansão da comoditização e da valorização do capital imaterial. Ainda que já iniciado durante o modelo fordista de produção e consumo de bens em massa, tal processo de comoditização, isto é, de atribuição de valores a bens antes imensuráveis (RECKWITZ, 2012, p. 37), manifesta-se com força significativa no pós-fordismo. É, desse modo, que, a partir dos anos 1970, características estéticas passam a ter uma influência decisiva na escolha de um produto, e que a compra de um bem passa a se tornar sinônimo de escolha de um estilo de vida. Isso resulta no desenvolvimento de uma produção de objetos de consumo cada vez mais orientada para a experiência sensorial e emocional do sujeito (RECKWITZ, 2012, p.37-38). Complementar a essa estetização da produção e do comportamento de consumo, ocorre também a diversificação de produtos, isto é, o aumento significativo de tipos de produtos que são colocados à disposição do indivíduo, desde máquinas para fins técnicos até acessórios corporais. Precisamente, o aprofundamento das relações estéticas entre o sujeito e o que ele consome só se tornou possível com essa diversificação do que é oferecido (RECKWITZ, 2012, p. 37-38).

Por fim, há o desenvolvimento de práticas sociais e culturais centradas na ideia da individualidade. O foco na análise do sujeito, fomentado pelas ciências humanas e pela psicologia desde o século XVIII, estimula uma observação mais intensa e consciente do indivíduo, na qual a percepção do 'si' é cada vez mais a de uma "unidade independente" (RECKWITZ, 2012, p. 38, tradução da autora). O interesse no 'eu interior' intensifica, desse modo, a interpretação das emoções e dos desejos do indivíduo (RECKWITZ, 2012, p. 40).

A partir da interação dos fatores supracitados, o dispositivo de criatividade exerce um efeito duplo na sociedade: de um lado, uma orientação radical do estético para a inovação; do outro, uma forte identificação do novo com a figura de um produtor. Nisso, o consumidor configura-se como receptor, o qual desenvolve uma atenção especial e emotiva em relação ao que é novo e estético (RECKWITZ, 2012, p. 38). O dispositivo de criatividade manifesta-se, desse modo, como uma interseção entre o processo de estetização da economia e o 'regime do novo' na sociedade (RECKWITZ, 2012, p. 40). Isso significa que, por meio do dispositivo de criatividade, a dinâmica de produção e recepção do novo como experiência estética é alavancada, pois práticas criativas e competências individuais encorajam, sistematicamente, "o espectador social a procurar, em todo o lado, pelo esteticamente novo e por realizações criativas" (RECKWITZ, 2012, p. 17). Com o dispositivo de criatividade institucionaliza-se, então, um

regime em que o novo é percebido pelo indivíduo como um estímulo positivo e estético-afetivo a ser buscado (RECKWITZ, 2012, p.40).

Nesse contexto, a criatividade passa a ser relacionada cada vez mais com vivências estéticas, e mesmo o entendimento sobre o que significa a auto-realização para o indivíduo passa a englobar uma percepção de criatividade como algo que se relaciona com todas as experiências de vida. A criatividade, assim, passa a ser relacionada não apenas com atos criativos ou habilidades na resolução de problemas, mas também com a permanente transformação de momentos cotidianos em percepções estéticas (RECKWITZ, 2012, p. 220). Tal foco nas percepções estéticas e na inovação pode ser entendido como uma forma de antagonizar a falta de motivação crônica do indivíduo no capitalismo avançado (RECKWITZ, 2012, p. 156). A criatividade emerge, assim, como um fator cada vez mais necessário, tanto na vida privada, quanto na vida social.

No ambiente de trabalho, no entanto, o ideal de criatividade é estimulado de forma objetiva e programada, visto que se reduz, geralmente, a medidas de caráter técnico e estrutural (RECKWITZ, 2012, p. 164). Isso se manifesta, por exemplo, na instauração de hierarquias planas, na reestruturação dos ambientes de trabalho, ou na sistematização de mecanismos de recompensa para os empregados considerados mais criativos – medidas que são tomadas, consciente e estrategicamente, em nome do desenvolvimento técnico, por meio da maximização da produtividade e do potencial inovador dos empregados.

Nesse contexto, a cultura motivacional organizacional, a qual baseia-se em teorias como a ‘teoria das relações humanas’, de Abraham Maslow, percebe tanto produtores quanto consumidores como sujeitos que são orientados pelo estético (RECKWITZ, 2012, p. 156). A administração moderna, assim, desenvolve estratégias baseadas nas necessidades e desejos não apenas de clientes, mas também de empregados. De fato, para a produção de experiências emocionais, é essencial que se encontre empregados (ou produtores) que se identifiquem com o seu local de trabalho e que busquem relações de trabalho significativas para si emocionalmente (RECKWITZ, 2012, p. 143). Paralelamente a isso, a pesquisa na área da administração instiga um modelo de indivíduo, que deve, invariavelmente, buscar a auto-realização – seja por meio de terapia, seja pela busca de *coaching* nos mais diferentes assuntos (RECKWITZ, 2012, p. 215). Soma-se, assim, a um modelo que confirma o ideal do si empreendedor, duas características relevantes: a necessidade de experiências estético-afetivas e a busca permanente pelo novo.

Nesse processo de interligação entre a motivação individual do trabalhador e as necessidades da organização no que diz respeito à inovação, a ideia de ‘cultura’ – em oposição à antiga forma burocrática de administração apoiada na ‘racionalidade’ – é institucionalizada como base para a conexão emocional do sujeito com a empresa em que trabalha (RECKWITZ, 2012, p.

185). Tal foco na cultura da empresa a influencia em dois níveis: o da criação permanente de ideias e símbolos; e o do estabelecimento de valores e identidades comuns, os quais constroem uma base para o trabalho coletivo. Isso significa que, por um lado, a cultura da empresa é fluída e dinâmica e, por outro, estável e sólida (RECKWITZ, 2012, p. 185).

Para Reckwitz (2012, p. 183), essa nova realidade do gerenciamento organizacional, aliada ao desenvolvimento da moda, da publicidade e do design, forma a base cultural para o surgimento da economia estetizada, a qual, por sua vez, soluciona o problema da falta de motivação do indivíduo, tanto como produtor, quanto como consumidor no capitalismo avançado. Isso porque a indústria criativa não apenas aborda o indivíduo esteticamente, mas também estimula a sua sensibilidade estética por meios de ofertas de estilos de vida e experiências cada vez mais diferenciadas (RECKWITZ, 2012, p. 183).

No cerne desse processo de estetização da economia está, assim, “a circulação de símbolos, experiências sensoriais e emoções” (RECKWITZ, 2012, p. 194). Na criação e no consumo de tais símbolos e experiências afetivas, a criatividade emerge como um fator tão essencial quanto complexo: difícil de definir, quase impossível de ensinar e complicada de avaliar, a criatividade é um recurso que tem se tornado “a *commodity* mais valiosa no mercado do século XXI” (HARRIS, 2014, p. 02-03, tradução da autora).

No que diz respeito à pesquisa científica sobre a criatividade, a capacidade criativa tem sido amplamente retratada como um processo cognitivo normal e cotidiano. Essa afirmação não apenas intensifica a ideia de que todo indivíduo é criativo, mas também confere um status à criatividade de um processo que pode, a qualquer momento, ser ativado. O ‘ser criativo’ torna-se assim, uma regra e não mais a exceção no aparato cognitivo do indivíduo (VOGT, 2010, p. 195). Além disso, a pesquisa sobre a relação entre cognição e criatividade busca, invariavelmente, confirmar que indivíduos criativos têm à sua disposição exatamente as mesmas ferramentas cognitivas que qualquer outro indivíduo. Assim, a diferença entre “gênios e pessoas normais” (VOGT, 2010, p. 195) é apenas uma diferença *técnica*: “eles [os gênios] dominam os seus instrumentos cognitivos bem melhor do que os outros” (VOGT, 2010, p. 195, tradução da autora).

Da mesma forma que a criatividade é apresentada como uma capacidade natural de todo ser humano, processos e estruturas neurológicas passam a ser retratados como “recursos cognitivos” (VOGT, 2010, p. 168) do indivíduo. Interações neuronais complexas, como as atividades que envolvem o córtex e o lobo frontal, são cada vez mais detalhadamente descritas e definidas, com o intuito de revelar as condições ideais para o desenvolvimento do potencial criativo (VOGT, 2010, p. 95). Isso implica a ideia de que o indivíduo pode e

deve regular o seu cérebro em busca de criatividade – um desempenho maior ou menor na capacidade criativa passa a ser visto, então, como responsabilidade do indivíduo e uma mera questão de auto-regulação.

Baseados nisso, não apenas estudos científicos, mas também guias práticos têm se multiplicado significativamente nas últimas décadas, objetivando descrever técnicas de otimização do potencial criativo – e não é incomum encontrar a referência à neurociência na literatura de auto-ajuda. Nesta, o modo ideal de trabalho criativo é descrito como um estado em que o indivíduo “trabalha sem perceber o tempo passar, sem estar consciente de que ele está investindo energia e sem medo do novo” (FASSBENDER/THANHOFFER, 2011, p. 177, tradução da autora). Além disso, quando as devidas técnicas para liberar o potencial criativo são corretamente aplicadas, o indivíduo pode se tornar capaz não apenas de esquecer da passagem do tempo, mas de si mesmo: “é como se ele [o indivíduo] se tornasse um só com a sua atividade” (KAST, 2015, p. 219). Para atingir tal estado de ‘nirvana produtivo’, o indivíduo precisa sair da sua zona de conforto, se arriscar e aprender a lidar com processos hormonais e neurológicos como a liberação de dopamina no corpo pelo sistema límbico (FASSBENDER/THANHOFFER, 2011, p. 22). Ou seja, o indivíduo deve se informar suficientemente sobre o funcionamento do seu cérebro para, então, se preparar para melhor lidar com o estresse que uma situação desconhecida ou um processo criativo pode ocasionar. De fato, por meio da literatura de auto-ajuda (respalda em inúmeros estudos científicos), é propagada a ideia de que a criatividade é praticamente algo que pode ser encomendado:

Para poder sobreviver no complexo mundo contemporâneo, com a sua economia globalizada, hiper-competitiva e pós-rede, nós apenas precisamos encomendar o kit [da criatividade], aplicar as técnicas e nos tornarmos criativos e produtivos. Essas receitas, típicas de tantas afirmações sobre a criatividade e o seu significado em nossas vidas, podem ser encontradas em todo lugar (SALEHI, 2008, p. 79, tradução da autora).

A criatividade é, assim, da administração de empresas até a neurociência, percebida como uma habilidade humana essencial para sobreviver em uma realidade econômica e social ao mesmo tempo imprevisível e estetizada. Cada vez mais, de fato, o sujeito não apenas *quer*, mas também *deve* ser criativo (RECKWITZ, 2012, p.17). A partir disso, a lógica de produtores e receptores do criativo espalha-se pelas mais diversas práticas sociais. Isso significa que, atividades cotidianas como trabalho, vida amorosa, parentalidade, *hobbies*, espiritualidade, cuidado com o corpo e a biografia do indivíduo como um todo sejam formados a partir das “exigências da estetização” (RECKWITZ, 2012, p. 344, tradução da autora). Ao mesmo tempo, ser criativo significa, sobretudo, ser *mais* criativo do que os outros - e, para isso, não faltam técnicas de auto-

regulação à sua disposição. É, de fato, exatamente o foco no *desempenho* criativo do indivíduo que define o modelo do sujeito criativo propagado no capitalismo avançado (RECKWITZ, 2012, p. 327).

Nesse sentido, a cultura orientada para a criatividade apresenta certos problemas estruturais. Primeiramente, há o paradoxo inerente a uma prática discursiva que, concomitantemente, prega a criatividade como universal e exige determinado desempenho criativo do indivíduo: a criatividade, torna-se, assim, ao mesmo tempo, uma habilidade natural do ser humano e algo que nem todo indivíduo consegue alcançar. A ideia de que todo mundo é naturalmente criativo implica, com efeito, que o indivíduo não meça esforços para ser e se manter criativo (RECKWITZ, 2012, p. 346).

Em segundo lugar, na dinâmica entre democratização da criatividade e exigência de desempenho criativo nos mais diversos setores da vida, surge uma diferenciação social entre sujeitos criativos e sujeitos não-criativos: enquanto ser criativo é algo que é recompensado, não ser criativo o suficiente representa automaticamente que o desempenho do indivíduo foi deficitário (RECKWITZ, 2012, p. 347). Isso não influencia apenas o ambiente de trabalho ou as relações sociais, mas também tem efeitos psicológicos: o indivíduo que se convence que não é criativo (ou que não é criativo o suficiente) tende a se questionar sobre a sua ‘falta de personalidade’ (RECKWITZ, 2012, p.348). Isso significa que, junto com a democratização da criatividade, surge também o seu imperativo: todo indivíduo *deve* exercer o seu potencial criativo quase como uma obrigação social. Além disso, o sujeito não-criativo passa a ser visto como algo deficitário a ser evitado, como alguém “anormal” (RECKWITZ, 2010, p. 99).

Um terceiro problema do ideal de criatividade neoliberal é a discrepância entre a realização criativa e o sucesso criativo: Já que o sucesso depende da recepção do público, a qual é difícil de prever, determinada realização criativa não é automaticamente sinônimo de sucesso. Com isso, surge uma tendência significativa em orientar produções criativas de acordo com um público potencial (RECKWITZ, 2012, p. 349). Ou seja, em um cenário de estetização e de regime de inovação, a avaliação da criatividade se torna essencialmente dependente de uma lógica de mercado (HARRIS, 2014, p. 19). Assim sendo, não existe apenas o risco de determinada realização criativa não obter sucesso, mas também de que ‘celebridades criativas’, as quais obtêm sucesso na recepção de suas criações repetidas vezes, não necessariamente estejam produzindo algo realmente criativo (RECKWITZ, 2012, p. 351). Além disso, há a possibilidade de que, já na educação infantil, a ideia de criatividade apresentada seja complementamente regida pela lógica de mercado: “Não há perigo de que escolas percam a sua habilidade de trazer aprendizes a espaços criativos e inovativos, mas sim de que nós os ensinemos que o único esforço criativo produtivo é aquele que traz lucro” (HARRIS, 2014, p.

28). Nesse sentido, a criatividade, vista como habilidade inerente ao ser humano e recurso fundamental para a sobrevivência do sujeito na realidade econômica e social das sociedades ocidentais, tem se configurado como uma competência obrigatória na contemporaneidade.

Considerações finais

O discurso predominante sobre criatividade na atualidade é um discurso sobre inovação, empreendedorismo e produtividade. Estimulada de uma forma sistemática e orientada, a criatividade tem sido, por meio de diversas práticas discursivas e sociais, cada vez mais retratada não apenas como uma habilidade que todo indivíduo possui, mas também como uma competência essencial para o indivíduo, a qual pode ser adquirida se os devidos métodos e treinamentos forem colocados em prática. Nas diversas técnicas que tratam da otimização do processo criativo, valores e princípios do neoliberalismo e do ideal do si empreendedor tornam-se nítidos – e características do indivíduo como flexibilidade, iniciativa e persistência são apresentadas como pré-requisitos para atingir determinado estado de capacidade criativa. De fato, qualidades como estas e a aplicação de técnicas de auto-regulação no processo criativo passam a significar, na sociedade neoliberal, sinônimo de criatividade.

É fácil perceber que, a partir de uma premissa simples – ‘todo indivíduo é capaz de ser criativo’ – uma prática discursiva complexa em torno da criatividade tem se desenvolvido nas sociedades ocidentais. Com o imperativo da criatividade, a lógica de liberdade e responsabilidade pelo próprio fracasso, essência do liberalismo, também passa a ser aplicada quando se trata de realizações criativas. Além disso, tais realizações criativas passam a ser vistas e desejadas nos mais diversos setores, desde o ambiente de trabalho até a vida amorosa e a escolha de *hobbies*. A criatividade demonstra-se, assim, extremamente influenciada por uma lógica de competição nos mais diversos momentos da vida privada e social. Além disso, ela demanda uma incrível flexibilidade e força de vontade do indivíduo para que ele consiga se manter criativo. Isso inclui, também, coragem para enfrentar situações desconhecidas, resistência para enfrentar horas e horas de trabalho e investimento de tempo na potencialização da própria criatividade e resignação para aceitar que as probabilidades de determinada realização criativa se tornar um sucesso são baixas e/ou imprevisíveis.

Em um mundo em que quase todas as decisões de consumo são definidas em nome da manutenção de determinados estilos de vida e/ou da obtenção de experiências emotivas, a criatividade passa a significar, também, diferenciação – tanto na produção, quanto na recepção de bens de consumo. A criatividade, tem se tornado, assim, cada vez mais um meio de impor o ideal do si empreendedor, o qual é orientado pela competição e pelo constante auto-aprimoramento de

suas habilidades por meio de práticas de auto-regulação. Diante desse cenário, o conceito de criatividade tem se tornado, cada vez mais, inseparável da ideia de competição e de busca por desempenho – pois, na lógica do neoliberalismo, o único sujeito criativo é aquele que é mais criativo que os demais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Thomas. *Kreativität: Letzte Hoffnung der blockierten Gesellschaft?* Konstanz: UVK, 2007.

BOLTANSKI, Luc; Chiapello, Eve. *Der neue Geist des Kapitalismus*. Aus dem Franz. von Michael Tillmann. Konstanz: UVK, 2003.

BRÖCKLING, Ulrich. On Creativity: A brainstorming session. In: *Educational Philosophy and Theory*, Vol. 38, No. 4, s. 514-521. Oxford: Blackwell, 2006.

BRÖCKLING, Ulrich. *Das unternehmerische Selbst: Soziologie einer Subjektivierungsform*.

Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2007.

BUBLITZ, Hannelore. Geheime Rasereien und Fieberstürme: Diskurstheoretisch-genealogische Betrachtung zur Historie. In: Martschukat, Jürgen (Hg.), *Geschichte schreiben mit Foucault*. Frankfurt: Campus, 2002, s. 29-41.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *Kreativität: Wie Sie das Unmögliche schaffen und Ihre Grenzen überwinden*. 8. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta, 2010.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Happiness and Creativity: Going with the Flow. In: *The Futurist*, September/October 1997, pp. 08-12.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; EPSTEIN, Robert. A Creative Dialog. In: *Psychology Today*, July/August 1999.

DIEDERICHSEN, Diedrich. Kreative Arbeit und Selbstverwirklichung. In: Menke, Christoph; Rebentisch, Juliane. *Kreation und Depression: Freiheit im gegenwärtigen Kapitalismus*. Berlin: Kulturverlag Kadmos, 2010, s.118-128.

DELEUZE, Gilles. *Foucault*. Frankfurt: Suhrkamp, 1987.

FASSBENDER, Ralf-Rudiger; THANHOFFER, Michael. *Kreatives Projektmanagement: Mit Projektinszenierung innovative Ergebnisse fördern*. Wiesbaden: Gabler, 2011.

FEATHERSTONE, Mike. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: SAGE, 2007.

FLORIDA, Richard. The Creative Class and Economic Development. In: *Economic Development Quarterly* 28 (3), s. 196-205. London: SAGE, 2014.

FOUCAULT, Michel. *Die Ordnung der Dinge*. Frankfurt: Suhrkamp, 1971.

FOUCAULT, Michel. *Archäologie des Wissens*. Frankfurt: Suhrkamp, 1973.

FOUCAULT, Michel. *Die Ordnung des Diskurses. Inauguralvorlesung am Collège de France*, 2. Dez. 1970. Frankfurt: Ullstein, 1974.

FOUCAULT, Michel. *Überwachen und Straffen: Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt: Suhrkamp, 1977.

FOUCAULT, Michel. *Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit*. Berlin: Merve, 1978.

FOUCAULT, Michel. Subjekt und Macht. In: *Michel Foucault*. Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik. Hg. von Hubert Dreyfus/Paul Rabinow. Frankfurt: Athenäum, 1987, s. 243-264.

FOUCAULT, Michel. The Political Technology of Individuals. In: Martin, Luther; Gutman, Huck; Hutton, Patrick (Hrg.) *Technologies of the Self: A Seminar with Foucault*. Massachusetts: University of Massachusetts, 1988, s.145-163.

FOUCAULT, Michel. u.a. *Technologien des Selbst*. Frankfurt: Fischer, 1993.

FOUCAULT, Michel. *Schriften in vier Bänden*. Dits et écrits. Hrsg. von Daniel Defert. Band II: 1970-1975. Frankfurt: Suhrkamp, 2002.

FOUCAULT, Michel. *Geschichte der Gouvernementalität. Bd. I: Sicherheit, Territorium, Bevölkerung*. Frankfurt: Suhrkamp, 2004a.

FOUCAULT, Michel. *Geschichte der Gouvernementalität. Bd. II: Die Geburt der Biopolitik*.

Frankfurt: Suhrkamp, 2004b.

FOUCAULT, Michel. Tecnologias de si. In: *verve*, 6: 321-360, 2004c.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Tradução de Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008a.

FOUCAULT, Michel. *Nascimento da Biopolítica*. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

GUTTING, Gary. *Foucault: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University, 2005.

HARRIS, Anne. *The Creative Turn: Toward a New Aesthetic Imaginary*. Rotterdam: Sense Publishers, 2014.

HENTIG, Hartmut von. *Kreativität: Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff*. Weinheim und Basel: Beltz, 2000.

JANSEN, Stephan; Schröter, Eckhard; Stehr, Nico (Hrsg.) *Rationalität der Kreativität? Multidisziplinäre Beiträge zur Analyse der Produktion, Organisation und Bildung von Kreativität*. Wiesbaden: Springer, 2009.

KAST, Bas. *Und Plötzlich macht es KLICK! Das Handwerk der Kreativität oder Wie die guten Ideen in den Kopf kommen*. Frankfurt: Fischer, 2015.

LEMKE, Thomas; KRASMANN, Susanne; BRÖCKLING, Ulrich. (Hg.). *Gouvernementalität der Gegenwart: Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt: Suhrkamp, 2000.

LOREY, Isabell. Von immanentem Widerspruch zur hegemonialen Funktion: Biopolitische Gouvernementalität und Selbst-Prekarisierung von KulturproduzentInnen. In: Raunig, Gerald; Wuggenig, Ulf (Hrg.). *Kritik der Kreativität*. Wien: Turia+Kant, 2007, s. 121-136.

MAASEN, Sabine; WINTERHAGER, Matthias. *Science Studies: Probing the Dynamics of Scientific Knowledge*. Bielefeld: Transcript, 2001.

MAASEN, Sabine; PTINZ, Wolfgang; ROTH, Gerhard. *Voluntary action: Brains, minds and sociality*. Oxford: Oxford, 2003.

MAASEN, Sabine; SUTTER, Barbara (Hrg.). *On Willing Selves: Neoliberal Politics Vis-à-Vis the Neuroscientific Challenge*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

MAASEN, Sabine. *Wissenssoziologie*. Bielefeld: Transcript, 2009.

MAASEN, Sabine. *Das Hirn und seine Kultur*. Forschungsprojekt (Abstract), Exzellenzcluster Universität Konstanz, o.J. Verfügbar unter: < [http:// www.exzellenzcluster.uni-konstanz.de/2594.html](http://www.exzellenzcluster.uni-konstanz.de/2594.html) > Letzter Zugriff am 23. Februar 2016.

MARTINDALE, Colin. Biological bases of creativity. In: Sternberg, R. J. (Hrg.). *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University, 1999, 137–152.

MASLOW, Abraham. *Motivation and Personality*. Second Edition. London: Harper and Row, 1970.

NASSEHI, Armin. The Person as an Effect of Communication. In: *On Willing Selves: Neoliberal Politics Vis-à-Vis the Neuroscientific Challenge*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, s.100-120.

NITSCH, Daniel. *Regieren in der Sozialen Stadt: Lokale Sozial- und Arbeitspolitik zwischen Aktivierung und Disziplinierung*. Bielefeld: transcript, 2013.

OSBORNE, Thomas. Techniken und Subjekte: Von der ‚gouvernementality studies‘ zu den ‚studies of gouvernementality‘. IWK-Mitteilung, 2001, s.12-16.

OSTEN, Marion von. Unberechenbare Ausgänge. In: Raunig, Gerald; Wuggenig, Ulf (Hrg.).

Kritik der Kreativität. Wien: Turia+Kant, 2007, s. 103-120.

RAUNIG, Gerald. Kreativindustrie als Massenbetrug. In: Raunig, Gerald; Wuggenig, Ulf (Hrg.). *Kritik der Kreativität*. Wien: Turia+Kant, 2007, s.67-78.

RECKWITZ, Andreas. Creative Subject and Modernity: Towards an Archeology of the Cultural Construction of Creativity. In: *Konstanzer Kulturwissenschaftliches Kolloquium*, Diskussionsbeiträge N.F.2. Konstanz: Universität Konstanz, 2007.

RECKWITZ, Andreas. Gouvernamentalität. In: *Soziologische Revue Jg.*, 2010, s. 288-298. Oldenburg: Universität Oldenburg, 2010.

RECKWITZ, Andreas. *Die Erfindung der Kreativität: Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp, 2012.

ROSE, Nikolas. *Inventing Our Selves: Psychology, Power, and Personhood*. Cambridge: Cambridge University, 1998.

ROSE, Nikolas. Governing the Will in a Neurochemical Age. In: *On Willing Selves: Neoliberal Politics Vis-à-Vis the Neuroscientific Challenge*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, s.81-99.

SALEHI, Soodabeh. *Teaching contingencies: Deleuze, creativity discourses, and art*.

Ontario: Queen's University, 2008.

SARASIN, Philipp. *Michel Foucault zur Einführung*. Hamburg: Junius, 2005.

SCHERER, Jiri. *Kreativitätstechniken: In 10 Schritten Ideen finden, bewerten, umsetzen*.

Offenbach: Gabal, 2007.

SCHULER, Heinz; Görlich, Yvonne. *Kreativität: Ursachen, Messung, Förderung und Umsetzung in Innovation*. Göttingen: Hogrefe, 2007.

VASILACHE, Andreas (Hg.) *Gouvernamentalität, Staat und Weltgesellschaft: Studien zum Regieren im Anschluss an Foucault*. Wiesbaden: Springer, 2014.

VERDICCHIO, Dirk. Die diskursanalytische Wende. IN: Maasen, Sabine; Kaiser, Mario; Reinhart, Martin; Sutter, Barbara (Hrsg.) *Handbuch Wissenschaftssoziologie*. Wiesbaden: Springer, 2012, s. 101-109.

VOGT, Thomas. *Kalkulierte Kreativität: Die Rationalität kreativer Prozesse*. Wiesbaden: Springer, 2010.

Recebido em fevereiro de 2017.

Aprovado em março de 2017.