



Sociedade e Estado

ISSN: 0102-6992

ISSN: 1980-5462

Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília

Elliott, Anthony

A teoria do novo individualismo*

Sociedade e Estado, vol. 33, núm. 2, 2018, Maio-Agosto, pp. 465-486

Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília

DOI: <https://doi.org/10.1590/s0102-699220183302009>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339959670009>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UABR
redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

A teoria do novo individualismo*

Recebido: 18.04.18

Aprovado: 21.06.18

Anthony Elliott**

* Tradução: Solange Miguel Marcondes Armando.

Resumo: Neste artigo busco atingir dois objetivos principais: primeiro, examinar e reiterar a teoria de um “novo individualismo” que detalhei em escritos recentes de teoria social. Afirmando que hoje presenciamos as condições e consequências de um novo individualismo que varre o mundo e que se evidencia especialmente na nova economia financeira das indústrias de mídia e comunicação. Então pergunto: como a teoria do novo individualismo difere de outros pontos de vista influentes na teoria social recente? Para os propósitos deste artigo, os pontos conceituais de comparação com a teoria do novo individualismo serão (a) a teoria das “tecnologias do eu”, conforme elaborada por Michel Foucault e vários neofoucaultianos; e (b) a noção de “individualização reflexiva” delineada por Anthony Giddens. Em segundo lugar, discutirei ramificações sociológicas mais amplas da nova tese sobre o individualismo. O novo individualismo, argumentarei, não se refere meramente a indivíduos ou a suas disposições psicológicas; em vez disso, penetra até o cerne do núcleo da cultura e da vida institucional. Novo individualismo é, portanto, uma espécie de taquigrama para vários processos que moldam, e que são moldados, pelas transformações sociais globais. Os principais condutores institucionais do novo individualismo sobre os quais vou dissertar são (a) reinvenção contínua, (b) mudança instantânea, (c) velocidade e (d) o curto prazo, ou episodicidade. Concluo tecendo considerações sobre as prováveis consequências sociológicas futuras do viver-se a vida na via expressa do novo individualismo.

Palavras-chave: Novo individualismo. Individualização reflexiva. Tecnologias do eu. Transformações globais.

** Anthony Elliott é reitor de engajamento externo da University of South Australia, Austrália Meridional, Austrália, onde exerce ainda a função de diretor executivo do Hawke EU Centre e de professor pesquisador de sociologia. <Anthony.Elliott@unisa.edu.au>.

The theory of new individualism

Abstract: In this paper I seek to accomplish two main objectives. Firstly, to review and reiterate the theory of a ‘new individualism’ which I have detailed in recent writings in social theory. My argument is that we witness today the conditions and consequences of a new individualism sweeping the globe, especially evident in the new economy of high finance, media and technology industries. I then want to ask how the theory of new individualism differs from other influential standpoints in recent social theory. For my purposes in this chapter, the conceptual points of comparison with the theory of new individualism will be (a) the theory of ‘technologies of the self’ as elaborated by Michel Foucault and various neo-Foucauldians; and (b) the notion of ‘reflexive individualization’ outlined by Anthony Giddens. Secondly, I will discuss the wider sociological ramifications of the new individualist thesis. New individualism, I shall argue, is not merely about individuals or their psychological dispositions; rather it penetrates to the very core of culture and institutional life. New individualism is thus a kind of shorthand for the variety of modalities shaping, and shaped by, global social transformations. The key institutional drivers of new individualism which I shall elaborate are (a) continual reinvention, (b) instant change, (c) speed and (d) short-termism or episodicity. I conclude the chapter with a consideration of the likely future sociological consequences of life lived in the new individualist fast lane.

Keywords: New individualism. Reflexive individualization. Self technologies. Global transformations.

A nova tese individualista: o pano de fundo sociológico

A teoria do novo individualismo, como formulada originalmente, compreende quatro dimensões centrais: uma ênfase implacável em *autorreinvenção*; uma fome infinita por *mudança instantânea*; um fascínio por aceleração social, *velocidade* e *dinamismo*; e uma preocupação com o *curto prazo* e a *episdicidade* (Elliott & Lemert, 2009a; Elliott & Urry, 2010; Elliott, 2013). O argumento, em termos gerais, é que um novo individualismo pode ser decifrado a partir da cultura que fundamenta como as pessoas levam suas vidas hoje em dia – especialmente, mas não apenas, daqueles que vivem nas cidades sofisticadas e caras do Ocidente. Redes corporativas, projetos de curto prazo, *downsizing* organizacional, manuais de autoajuda, consumismo compulsivo, cibersexo, remodelamento instantâneo de identidades e cultura terapêutica, estas são apenas algumas das principais características da cultura individualista global e, em pesquisa anterior, o argumento desenvolvido foi o de que a imersão em um mundo tão individualista traz profundas consequências emocionais para a vida privada e pública das pessoas.

A tese do novo individualismo repousa sobre a afirmação de que o individualismo, o ideal moral e social, sofreu, em nossos tempos, ainda outra de suas muitas transformações. O “individualismo”, o conceito, foi cunhado na década de 1830 por Alexis de Tocqueville para descrever os senhores burgueses que ele observou na América e que, tendo adquirido meios e maneiras, viviam como se fossem indivíduos distintos das massas. A partir de então, o individualismo de Tocqueville, associado às invenções impertinentes da ainda adolescente cultura americana do século XIX, chegou a ser, *grosso modo*, um dos ideais mais antigos da burguesia europeia. Nas décadas de 1920 e 1930, no entanto, tudo isso começou a mudar à medida que os teóricos críticos europeus desafiavam o ideal liberal daquele indivíduo isolado, livre dos grilhões da vida comum. As guerras globais e os holocaustos do século XX exigiram que o conceito se ajustasse às evidências de que os indivíduos – logo, o individualismo – estariam sujeitos a terríveis manipulações das ideologias políticas, forças sociais, economias capitalistas e afins. Daí o surgimento do “individualismo manipulado” no discurso da teoria social crítica.

Nos anos 1950 e 1960, após as guerras da primeira metade do século XX, surgiu outra visão do individualismo. Na superabundância da abastada América do pós-guerra, tempo da Europa reconstruída, o individualismo não parecia nem heroicamente arrogante (como Tocqueville o tomava), nem tragicamente ameaçado (como pensa-

vam os teóricos críticos alemães), mas, agora, tragicamente isolado. David Riesman Nathan Glazer e Reuel Denney (2001), em *A multidão solitária*, propõem a ideia de um individualismo moderno e maduro, no qual a força produtiva do empreendedor caísse em um tipo de conformismo triste. A teoria que se revelou era irônica. Como o individualismo terminou em conformismo, o indivíduo tornou-se cada vez mais isolado, apartado; logo, *individualismo isolado*. Assim, como as versões anteriores eram respostas às perturbações da trágica década de 1920 e ao conformismo de 1950, nos anos 1990 um novo individualismo foi conjurado pelos então – e ainda – estranhos efeitos da globalização. O que foi denominado *individualismo reflexivo* é uma forma de destacar que a globalização, quaisquer que sejam os seus benefícios, implica riscos, e riscos requerem novos indivíduos capazes de refletir coerentemente sobre as suas fugazes circunstâncias, avaliar os riscos reais de uma vida global e, portanto, rever as suas agendas interiores e exteriores em relação a esses riscos e ao custo da nova ordem global.

É precisamente para melhor capturar a confluência das mudanças interiores e exteriores na vida das pessoas hoje em dia que fui levado a desenvolver a noção de “novo individualismo”. No centro dessa nova orientação individualista, jaz uma profunda fascinação cultural e pressão institucional para a autorreinvenção. A cultura da reinvenção, própria desta época, traz profundas consequências para a reorganização das relações entre o si mesmo e a sociedade. Em termos sociológicos, o “novo individualismo” tem um recorte externo e interno. O triunfo da globalização está no fato de não operar apenas em um eixo horizontal, universalizando as operações do capital multinacional e das novas tecnologias digitais pelo mundo afora; ela opera também – e fundamentalmente – em um eixo vertical, reorganizando identidades e forjando o *ethos* do novo individualismo ao seu serviço. Não se trata de uma afirmação sobre disposições subjetivas em relação ao mundo social, mas um envolvimento profundamente sociológico com a constituição do si mesmo em condições de globalização avançada. Nas circunstâncias sociais correntes – nas quais a vida pessoal é remodelada pela globalização induzida pela tecnologia e pela transformação do capitalismo – não é a individualidade particular de um indivíduo que é mais importante. O que é cada vez mais significativo é como os indivíduos recriam identidades, as formas culturais pelas quais as pessoas simbolizam a expressão e o desejo individuais e, talvez, acima de tudo, a velocidade com que as identidades podem ser reinventadas e instantaneamente transformadas. É nessa ênfase da transformação instantânea – e, em particular, no deslocamento e redução dos medos – para a qual ela é planejada que se distingue a teoria do novo individualismo em relação às noções de “individualização reflexiva” e “tecnologias do eu”, como veremos em seguida.

Para situar o si mesmo: reflexividade, tecnologias

Discussões sobre o si mesmo contemporâneo, identidade e individualismo na ciência social hodierna aparecem em dois grandes *corpora* de literatura. Uma é a literatura que envolve a teoria da individualização reflexiva, formulada por Anthony Giddens e outros¹; a segunda é a noção de “tecnologias do eu”, como originalmente adiantadas por Michel Foucault. Passemos brevemente a considerar esses pontos de vista.

A teoria da “modernização reflexiva” centra-se na afirmação de que níveis crescentes de reflexividade (ao mesmo tempo reflexão e reflexo) surgem em condições de modernidade avançada. A reflexividade, nesta ótica, é vista como processo de auto-definição que depende do monitoramento e da reflexão sobre a informação psicológica e social em relação a possíveis trajetórias de vida. Tais informações sobre o si mesmo e o mundo não são simplesmente incidentais à vida social contemporânea; na verdade, são constitutivas daquilo que as pessoas fazem e como o fazem.

A reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz das informações recebidas sobre essas mesmas práticas, alterando assim, constitutivamente, seu caráter (Giddens, 1990: 38).

Considere, como exemplo de como a reflexividade opera nas sociedades contemporâneas, as conexões entre casamento, família e autoidentidade. Existem poucas áreas da vida social que afetam o si mesmo de maneira mais direta do que o casamento e a família. Tradicionalmente, o laço matrimonial era estruturado principalmente como arranjo econômico: o marido usava o casamento como lugar para organizar suas atividades no mundo público, enquanto a esposa se concentrava nas crianças e no lar. A ideia de amor romântico enfraqueceu significativamente o poder de tais considerações econômicas, embora o casamento, como instituição do patriarcado, tenha, sem dúvida, permanecido intimamente entrelaçado com o poder econômico. O casamento de tipo mais moderno, pelo menos nas sociedades ocidentais, proporcionou um contexto institucional no qual homens e mulheres podem buscar a realização da intimidade, do respeito, do amor, da igualdade, da autonomia e da integridade. Apesar das mudanças na relação entre os sexos ocorridas nas últimas décadas, a noção de amor romântico permanece psicologicamente central na busca da realização pessoal e sexual dentro do casamento. Paralelo a isso, o casamento tem sido um lugar-chave para o desenvolvimento psíquico do si mesmo, pois este é organizado através de atitudes associadas à infância, à adolescência e ao cultivo de sentimentos íntimos nas relações sociais de maneira geral.

1. Além do trabalho de Giddens, o teórico social alemão Ulrich Beck também levou adiante ideias semelhantes que dão destaque à reflexividade em sua explicação da “individualização”. Para uma análise proveitosa das semelhanças e diferenças entre Giddens e Beck a respeito do assunto, ver Beck, Giddens & Lash (1994).

Segundo Giddens, os indivíduos hoje em dia se envolvem ativamente com as oportunidades e os perigos que surgem como consequência de transformações dramáticas e despedaçantes que afetam a autoidentidade, a sexualidade e a intimidade. Para Giddens, o divórcio é inegavelmente uma crise para o si mesmo, envolvendo dor, perda e luto. No entanto, muitas pessoas – argumenta ele – tomam medidas positivas para resolver os dilemas emocionais gerados pelo rompimento do casamento. Além de lidar com assuntos financeiros e questões subjacentes à criação dos filhos, à separação e ao divórcio, também colocam em jogo um envolvimento emocional com o si mesmo. Mapear o território do passado (onde as coisas deram errado, oportunidades perdidas etc.) e do futuro (possibilidades alternativas, oportunidades de autorrealização etc.) necessariamente envolve a experimentação de um novo senso de si mesmo. Isso pode levar ao crescimento emocional, a novas compreensões sobre si mesmo e ao fortalecimento da intimidade. Ali onde a crítica conservadora concebe um colapso nervoso irremediável, Giddens vê a autoabertura para uma constante renovação. Para Giddens (1990), o novo casamento e a natureza mutável da vida familiar são cruciais para isso.

Em contraste com a teoria da individualização reflexiva, no trabalho de Foucault (e no de autores inspirados por ele) a identidade é menos uma questão de automonitoramento do que de autovigilância. Em suas últimas obras, Foucault conceituou as tecnologias do si mesmo, bem como as práticas associadas de coerção, restrição e dominação, em termos da ideia de “governança”. Em uma palestra proferida no Collège de France, em 1978, ele explicou que a governança se referia a todos os empreendimentos envolvendo

como governar a si mesmo, como ser governado, como governar os outros, por quem as pessoas aceitarão ser governadas, como se tornar um governador melhor possível (Foucault, 1991: 87).

Como tema do “cuidado de si”, a governamentalidade focalizou em grande parte a transformação produtiva de propostas, estratégias e tecnologias de autorregulamentação. O que subsequentemente emergiu na teoria social durante as décadas de 1980 e 1990, com a chamada escola de governanças, foi um estilo de crítica que girou em torno da modelagem sócio-histórica, guiando e direcionando a conduta dos indivíduos. De fato, um dos acólitos de Foucault resume a governança como consistindo em

as maneiras pelas quais alguém pode ser compelido e educado para refrear as próprias paixões, a controlar seus próprios instintos, a governar a si mesmo (Rose, 1999: 3).

Em abordagens pós-foucaultianas ao si mesmo, como as desenvolvidas por Nikolas Rose (1990; 1996) em, por exemplo, *Governando a alma* e *Inventando nossos eus*, as profissões “psi” (do aconselhamento à psicoterapia), bem como medicina, educação, bem-estar social e ciências sociais e humanas levam os indivíduos a escrutinar – dizem – sua própria conduta, implicando assim o si mesmo no contexto de estruturas opressivas que sustentam a sociedade. Para Rose, as tecnologias do si mesmo representam os poderes de moldar a linguagem e seduzir as pessoas para se conformarem com o que é aceitável na vida cotidiana. É o poder de autenticar maneiras de fazer as coisas, certificar modos de conduta e, assim, inscrever o si mesmo em múltiplos modos de poder.

Apesar de ambas as abordagens acerca da identidade e individualização terem méritos significativos, não deixam de apresentar seus problemas. A imagem foucaultiana das tecnologias do eu coloca, em grande parte, a sociedade acima da identidade. Politicamente falando, esta é uma explicação do si mesmo disfarçadamente libertária, que desconfia de praticamente todas as arenas da atividade social e celebra sem críticas a “política minoritária” de resistência ao poder organizado e sistematizado da governança. No nível do indivíduo, Foucault teoriza processos de transformação pessoal como resultado de formas discursivas de tecnologia envolvendo o escrutínio de si e dos outros. Deste ângulo, o indivíduo não é apenas livre para construir novas culturas do eu, mas está obrigado a fazê-lo, sob a força das governamentalidades. A dificuldade com este ponto de vista, no entanto, é que ele não fornece uma explicação adequada da agência humana, uma vez que o si mesmo simplesmente aparece como o efeito descentralizado de uma análise lógica de tecnologia e governamentalidade. Na esfera social, esse tipo de análise geralmente ignora muito prontamente as tendências históricas de longo prazo em sua excessiva concentração nos aspectos “tecnológicos” da governamentalidade. Em resumo, é dada atenção inadequada às lutas ativas e criativas dos indivíduos, à medida que eles se envolvem com suas próprias condições sociais e históricas (ver Elliott, 2007).

Em contraste, a teoria da individualização reflexiva desenvolvida por Giddens e outros atribuem mais peso a análise da agência humana. A meu ver, a tese da reflexividade captura aspectos centrais da experiência social contemporânea, especialmente processos de individualização e aceleração social. Dito isso, a teoria da individualização reflexiva foi duramente criticada por privilegiar a cognição sobre o afeto, a racionalidade sobre a emoção (Lash & Urry, 1994; Elliott, 2004). Minha alegação aqui é que a reflexividade e os editáveis contornos da modernidade, embora sejam características-chave das atuais transformações sociais, não se estendem totalmente ao que é mais significativo na lógica do desenvolvimento estrutural e cul-

tural da sociedade: os contornos imaginativos da reinvenção. Não podemos captar adequadamente as consequências da modernidade, a menos que acrescentemos o substrato imaginativo da reinvenção pessoal e institucional. Isso nos leva agora à teoria do novo individualismo.

A teoria do novo individualismo: principais móveis institucionais

Nossa era é de um novo individualismo: nosso fascínio atual pela criação instantânea, reinvenção e transformação de eus é, em um ou outro sentido, elemento da vida contemporânea. Viver na era global de um novo individualismo requer indivíduos capazes de projetar e dirigir suas próprias biografias, de definir identidades em termos de autorrealização e de empregar bens sociais e símbolos culturais para representar a expressão individual e a personalidade. Nas circunstâncias sociais correntes – nas quais a vida pessoal é remodelada pela globalização induzida pela tecnologia e pela transformação do capitalismo – não é a individualidade particular de um indivíduo que é mais importante. O que é cada vez mais significativo é como os indivíduos criam identidades, as formas culturais pelas quais as pessoas simbolizam a expressão e o desejo individuais e, talvez, acima de tudo, a imediatidade com que as identidades podem ser reinventadas e transformadas. É nessa ênfase na transformação instantânea – e, em particular, em seu planejado deslocamento e redução dos medos – que se distingue a teoria do novo individualismo das noções de “modernização reflexiva” e individualização na atual literatura da teoria social.

Nesta seção, desejo rever e reiterar as ideias sociológicas centrais que compõem a tese do novo individualismo. Há quatro pontos principais a serem considerados nessa conexão.

1. O novo individualismo é marcado por uma ênfase implacável em *autorreinvenção*. A coqueluche do século XXI de constantemente reinventar identidades está rapidamente se tornando parte integrante da vida contemporânea, e muitas vezes envolve uma “quedinha” para vícios, obsessões e compulsões. Em nenhum lugar, hoje, isso é tão evidente quanto na pressão que o consumismo exerce sobre nós para “transformar” e “melhorar” cada aspecto de nós mesmos: não apenas nossas casas e jardins, mas nossas carreiras, nossa comida, nossas roupas, nossas vidas sexuais, nossos rostos, mentes e corpos.

Se a ênfase cultural na autorreinvenção é cada vez mais evidente nos modos como mulheres e homens contemporâneos negociam suas vidas pessoais,

isso é igualmente verdadeiro em um nível organizacional ou institucional. A incessante reinvenção corporativa, as reduções organizacionais e as reformas institucionais tornaram-se as jogadas decisivas no contexto da economia eletrônica global. Tal fé nos poderes de plasticidade e pluralidade é evidenciada pelas intermináveis reinvenções das culturas organizacionais, dos mercados e produtos de um número enorme de corporações multinacionais. A multinacional de comunicações finlandesa Nokia tornou-se um exemplo clássico do “*refashioning*” organizacional (Merriden, 2001; Haikio, 2002). Envolvida na fabricação de dispositivos móveis para as indústrias integradas de comunicações e internet, a Nokia emprega funcionários em 120 países e alcançou receitas anuais globais de mais de € 50 bilhões com vendas em mais de 150 países. No entanto, esse gigante de telecomunicações de fato começou como fabricante de papel e, posteriormente, expandiu-se para artigos de borracha e fabricação de galochas. Foi apenas na década de 1960 que a empresa mudou para o ramo da eletrônica e, posteriormente, já na década de 1970, para as telecomunicações. Hoje, nos primeiros anos do século XXI, a Nokia segue de braços dados com a imaginação para a reinvenção, à medida que se afasta dos celulares e corre em direção aos dispositivos móveis.

Se algumas das reinvenções corporativas são orientadas para o *refashioning* de produtos e mercados, algumas outras empresas estendem o princípio de remodelamento ao próprio tecido da estrutura organizacional. Isso é nitidamente verdadeiro para a Cisco Systems, uma das principais gigantes de tecnologia dos Estados Unidos. A Cisco é um guia muito importante sobre a centralidade da reinvenção no mundo corporativo. No início de 2000, desfrutou de uma capitalização de mercado de US\$ 550 bilhões, tornando-se a empresa mais valiosa do mundo. Doze meses depois, após o colapso tecnológico, o seu valor no mercado de ações caiu para US\$ 100 bilhões. Desde então, a empresa empreende uma busca agressiva para ir além do seu negócio principal de rede de dados na Internet em direção a novas diversificações, como telefonia via internet e redes óticas. Em um mundo que tornou a terceirização e as entregas *just in time* fetiches, a Cisco tem sido uma corporação líder. A fabricação foi terceirizada na Cisco há alguns anos, e também a pesquisa e o desenvolvimento. No entanto, essas reformas corporativas operam não apenas na esfera da produção e na busca de novos mercados, elas se estendem ao próprio núcleo de sua estrutura institucional. Sob a liderança do CEO John Chambers, a Cisco estabeleceu um conjunto complexo de comissões compostas por gerentes de diferentes seções da empresa (engenharia, fabricação, *marketing* e afins). No plano de reinvenção de Chambers, a empresa estabeleceu “diretorias” encarregadas de identificar novos mercados com

potencial para chegar a US\$1 bilhão. Há, então, “conselhos”, encarregados de identificar novos mercados que possam chegar a US\$ 10 bilhões (ver *The Economist*, 2009). Ambas as comissões são servidas por “grupos de trabalho”. A Cisco não consegue calcular quantos grupos de trabalho existem em toda a empresa, tão rápida é a montagem, e mais rápida ainda a desconstituição dessas estruturas no contexto dos novos mercados globais.

Crescente fé no desmantelamento, desestabilização e desconstrução das estruturas organizacionais e processos institucionais existentes ecoam igualmente na vida corporativa, e talvez em nenhum outro lugar mais do que no aumento de contratos de curto prazo, *networking* em ritmo acelerado e múltiplos perfis de trabalho. O desempenho de infindáveis reinvenções corporativas e reformas pessoais, vigorosamente defendidas pela economia eletrônica global toca na questão da aceleração social – desde a aceleração da produção e da inovação tecnológica chegando aos ajustes da indústria às constantes flutuações nas demandas dos consumidores.

Passo agora a considerar como as demandas culturais por reinvenção desencadeiam outras mudanças sociais fundamentais nas formas organizacionais, nas novas tecnologias e nos novos estilos de vida.

2. O novo individualismo é movido por uma fome infindável de mudança instantânea. Esta tendência individualista é discernível em todas as sociedades contemporâneas, não apenas no surgimento da cirurgia plástica e nos *reality shows* do tipo *Extreme Makeover*, mas também no consumismo compulsivo, no *speed dating* e na cultura da terapia. Em um mundo que valoriza a gratificação instantânea, o desejo por resultados imediatos nunca foi tão difundido ou tão agudo. Nós nos acostumamos a enviar e-mails em segundos planeta afora, comprar bens de consumo chamativos com o clique de um mouse e a entrar e sair de relacionamentos sem compromissos de longo prazo. Seria de admirar que agora tenhamos expectativas diferentes sobre as possibilidades da vida e sobre o potencial para mudança? Em nossa sociedade frívola, as pessoas querem mudanças e, cada vez mais, as querem para já. Existem várias soluções de *marketing* direto que agora oferecem a promessa de transformação instantânea. Cada vez mais, essas soluções de *marketing* direto – da autoajuda à cultura terapêutica, das mudanças instantâneas de identidade à cirurgia plástica – são reduzidas a mentalidade de compra. Está surgindo uma geração de pessoas que pode ser chamada de “geração instantânea” e que trata o individualismo e as compras no mesmo patamar: rapidamente consumidos e de resultados imediatos. O consumismo do “quero-agora” promove

uma fantasia da plasticidade infinita do si mesmo. A mensagem da indústria da remodelagem é a de que não há nada que impeça você de se reinventar como quiser. Mas é improvável que seu tipo de individualismo remodelado o faça feliz por muito tempo. Porque os aprimoramentos de identidade são concebidos apenas com o curto prazo em mente. Eles são até “a próxima vez”. Essa implacável ênfase na autorreinvenção, portanto, equivale a uma cultura do “seguinte”* (Elliott & Urry, 2010).

* “Next-ness”, “seguintidade”, ao pé da letra (n. do t.).

Sobre a atual obsessão compulsiva de acumular experiências e adquirir bens, Zygmunt Bauman (2005) escreve que o consumismo é como uma “economia do engano”. Eis o raciocínio sociológico que Bauman apresenta em seu livro *Vida líquida*:

** “Consumer industry”, termo que se opõe a indústria de bens de capital pela noção de venda de produtos e serviços diretamente ao consumidor. A “fidelização” é uma das práticas do *marketing* das empresas (n. do t.).

A sociedade de consumo baseia-se na promessa de satisfazer os desejos humanos de tal forma que nenhuma outra sociedade pôde realizar ou sonhar em fazê-lo. Todavia, a promessa de satisfação permanece sedutora conquanto o desejo fique insatisfeito e, ainda mais importante, desde que haja a suspeita de que o desejo não tenha sido de fato e plenamente satisfeito. Estabelecer metas baixas, assegurando acesso fácil a bens que atinjam a meta, bem como a crença em limites objetivos para os desejos “genuínos” e “realistas” — isso soaria como a sentença de morte da sociedade de consumo, da indústria de venda direta ao consumidor**, e dos mercados consumidores. A não satisfação dos desejos e a crença firme e perpétua de que cada ato para os satisfazer deixa muito a desejar e pode ser aprimorado são os propulsores da economia direcionada ao consumidor (Bauman, 2005: 80).

O mundo do consumidor feito de desejos frustrados e pitadas de esperanças, a enganação — as promessas quebradas dos produtores— é o *sine qua non* do consumismo e o terreno cada vez maior das novas necessidades, vontades e desejos.

Como o consumismo se multiplica? Se a enganação, o excesso e o descarte são incorporados ao funcionamento dos mercados de consumidor, o que mantém as pessoas ancoradas na cultura do consumo? Para Bauman, a indústria voltada para o consumidor emprega duas estratégias-chave para manter as pessoas voltadas para seus mercados. A primeira consiste na *desvalorização* de seus produtos logo depois, e cada vez mais proximamente ao seu ponto de saturação no mercado. O *DVD player* de ontem é hoje superado pela gravação digital; o telefone celular comprado recentemente na rua chique já está desatualizado, substituído por novos recursos do estoque mais recente.

Tal degradação da durabilidade do produto – diz Bauman – anda de mãos dadas com o estímulo de novos elementos, mercados e produtos de *design*. Além disso, essa degradação da durabilidade não é recente, é um método conhecido e praticado pela indústria para o consumidor desde a sua criação. O que é novo, no entanto, é a dissolução no prazo em que os produtos são considerados de valor duradouro. O que costumava durar cinco anos pode agora durar meses, tal é a propagação de transitoriedade em toda a cultura do consumo. No entrelaçamento global dos assuntos humanos – não menor em um espaço tumultuado como os setores de serviços e tecnologia da nova economia –, não é fácil decidir se um produto adquirido ainda é relevante ou desejável para o estilo de vida de consumo acelerado de hoje em dia. Pois aquilo com o que o consumidor se defronta não é simplesmente um conjunto exterior de diretrizes relativas à durabilidade do produto ou serviço, mas essas diretrizes que são “internalizadas” enquanto se organiza para estar “totalmente preparadas” e “sempre prontas” para novas ofertas ao consumidor, que agora pairam sobre os indivíduos como referência para medir a adequação do si mesmo. Na atual sociedade de consumidores, a principal tarefa é

desenvolver novos desejos feitos sob medida para as novas atrações, das quais ninguém nunca ouviu falar, inesperadas; “penetrar” mais do que antes; não permitir que as necessidades estabelecidas forneçam novas sensações ou restrinjam a capacidade de absorvê-las e experimentá-las (Bauman, 2005: 77).

A segunda estratégia desenvolvida pela indústria de consumo para estimular os desejos dos consumidores, segundo Bauman, é mais sutil, porém eficaz. Consiste no

método de satisfazer cada necessidade/desejo/vontade de tal maneira que isso não evite o nascimento de novas necessidades/desejos/vontades (Bauman, 2005: 73).

Esse tipo de exploração de atitudes consumistas envolve o contínuo referenciamento cruzado de produtos, rótulos, marcas e serviços. Quando as pessoas chegam para comprar coisas, o *marketing* de consumidor já está há tempo em ação para garantir que o produto oferecido não resulte no fechamento do consumo dos bens. Isso se faz através da vinculação de produtos e serviços com outras opções de consumo. O consumidor de hidratantes para a pele, por exemplo, pode desejar reenergizar a pele, mas, ao comprar o produto desejado, é provável que eles estejam estrategicamente associados a uma quantidade interminável de produtos (proteção UV, cremes de puro

extrato de ginseng, produtos com vitamina E e C) todos vendidos com o *hype* de “como parecer radiante”. A capacidade de manter abertas todas as opções do consumidor, a disposição de abraçar a fluidez e as correntes cruzadas de serviços e substâncias fornecidas pelo mercado: essas são as características-chave do consumo contemporâneo. “O desejo” – escreve Bauman (2005: 73) – “torna-se seu propósito mesmo, o único, indiscutível e inquestionável”. Esse desejo é aquele que alimenta a espontaneidade nas compras. O desejo não é simplesmente o de consumir mais, mas consumir as infinitas possibilidades oferecidas pelas indústrias de consumo para a reconstrução e reinvenção do si mesmo. Como Bauman (2005: 74) retrata: “o código com o qual nossa “política de vida” é escrita deriva da pragmática das compras”.

Se os móveis profundos da autorreinvenção são essencialmente culturalistas, os parâmetros institucionais que sustentam a mudança instantânea são corporativos. Considere, por exemplo, a expansão global das indústrias de cirurgia plástica nos últimos anos. Embora os números precisos relativos aos níveis de investimento e retornos entre as indústrias de cirurgia cosmética sejam muito difíceis de especificar, é claro que estamos lidando com uma indústria multibilionária (Elliott, 2008). Somente nos Estados Unidos, a indústria de cirurgia cosmética gerou mais de US\$ 20 bilhões. Enquanto isso ainda pode ficar aquém de outras empresas de beleza, como a indústria de cosméticos de US\$ 25 bilhões anuais e a indústria de dietas com mais de US\$ 30 bilhões por ano, a cirurgia plástica cosmética é o interesse que mais cresce no mundo da indústria da renovação pessoal atualmente. E em todos os produtos – desde o Botox e preenchimento com colágeno à lipoaspiração e *minifacelifts* – a mensagem da indústria é a da mudança instantânea. Esta é a mensagem corporativa de que o si mesmo pode ser mudado ao bel prazer – literalmente, não há limites.

Vários fatores, nos contextos de globalização avançada, predispoem os indivíduos a exigirem mudanças instantâneas, bem como, mais especificamente, a contemplarem a ideia de se submeterem ao bisturi para obter o que pode ser percebido como uma vantagem pessoal e profissional sobre os demais. A “nova economia” trouxe consigo mudanças de enorme magnitude, nas quais as pessoas ficam sob intensa pressão para acompanhar a velocidade das transformações sociais. Empregos aparentemente seguros são eliminados literalmente da noite para o dia. A tecnologia se torna obsoleta quase tão logo é liberada. Corporações multinacionais movem suas operações de país para país em busca da margem de lucro maior. Mulheres e homens empenham-se numa escalada frenética para obter novas habilidades ou então serem

descartados na sucata. Nesta nova economia de contratos de curto prazo, *downsizings* sem fim, entregas *just in time* e carreiras múltiplas, as transformações sociais objetivas são refletidas na esfera da vida cotidiana. *Em outras palavras, percebe-se, de maneira geral, que a demanda por mudança instantânea demonstra um apetite – uma disposição para abraçar – por mudança, flexibilidade e adaptabilidade.*

3. O novo individualismo é constituído por um fascínio pela rapidez. O romanista Milan Kundera (1995), em seu livro *A lentidão*, sugere que as sociedades contemporâneas se intoxicaram com o que ele chama de “velocidade pura”. Kundera escreve:

A velocidade é a forma de êxtase que a revolução técnica concedeu ao homem. Ao contrário de um motociclista, o corredor está sempre presente em seu corpo, sempre obrigado a pensar em suas bolhas, sua exaustão; quando corre, sente seu peso, sua idade, mais consciente do que nunca de si mesmo e de seu tempo de vida. Tudo isso muda quando o homem delega a faculdade da velocidade a uma máquina: a partir de então, seu próprio corpo está fora do processo e cede a uma velocidade não corpórea, imaterial, velocidade pura, velocidade em si, velocidade de êxtase (Kundera, 1995: 2)

Para Kundera, a época contemporânea elevou a velocidade à segunda potência.

Existe uma enorme literatura nas ciências sociais documentando o aumento da aceleração social, velocidade, dinamismo e mudança acelerada na situação de globalização avançada (Eriksen, 2001). “Agora vivemos” – escreve Paul Virilio – “em uma época sem atrasos” (1986). Com a aceleração da velocidade, sempre segundo Virilio, o espaço é comprimido. A velocidade comprime a distância, as telecomunicações globais transcendem as fronteiras do Estado, e as nossas próprias experiências do si mesmo e do mundo são espremidas, apressadas, atormentadas e acoçadas. Scheuerman comenta essa aceleração social:

Para qualquer lugar que nos viremos – das frases de efeito do noticiário televisivo ao nosso apressado local de trabalho capitalista, da erotização dos automóveis velozes promovida por nossa cultura, ao fascínio pelos esportes de alta velocidade – a sociedade contemporânea exhibe uma obsessão pela velocidade (Scheuerman, 2005: 453).

Essa obsessão por fluxos de velocidade está, por sua vez, relacionada a mudanças massivas nos processos sociais. Como argumentou o teórico social alemão Hartmut Rosa (2003), nossas experiências individuais de viver a vida

mais rápido, mais ocupados e mais acelerados estão vinculadas a transformações tecnológicas fundamentais – especialmente tecnologias digitais de alta velocidade, redes de comunicação e processos globais de produção *just in time*. A aceleração tecnológica e temporal objetiva, em outras palavras, resulta na experiência do viver na via expressa da rodovia.

Como a “vida acelerada” poderia ser melhor abordada a partir do ponto de vista do novo individualismo? Se a absorção de hoje em reinvenção é fundamentalmente culturalista e se o que subjaz à mudança instantânea é essencialmente corporativo, então o nosso fascínio pela velocidade talvez seja em nenhum lugar mais óbvio do que nas demandas e dramas do consumismo. Nos fluxos de alta velocidade da cultura cosmopolita, o consumo surge como o fenômeno mais sublime, tentando conciliar as forças aparentemente contraditórias de desejo e desapontamento, beleza e terror. Se há algo fascinante sobre o consumismo, não é apenas por mercar expectativas extravagantes de pura velocidade, mas porque descarta, engana e seduz. Ao mesmo tempo uma satisfação cintilante promissora e, ainda assim, uma realização frustrante, o consumismo habita um terreno de êxtase letal – a recorrente frustração do desejo ajuda a desencadear, por sua vez, novas necessidades e novos apetites. Esses desejos e apetites, desnecessário dizer, emergem cada vez mais rápido – e demandam por resposta instantânea. Um reino de decepção, há sempre algo excessivo sobre o consumismo e, nessa medida, ele representa tanto a continuidade cultural quanto a ruptura antissocial. Em certo sentido, o consumismo é cativante, irresistível, transgressivo e traumático. Como tal, promete elevar a pessoa para além do mundo conhecido, a uma potência de pura velocidade e prazer instantâneo. Mas, em outro sentido, esses poderes temerosos da sociedade de consumo são rebaixados, tornados deslumbrantemente vazios, pela frustração no seu atendimento. O consumismo oscila, assim, entre a imensidão utópica de suas promessas e a falta de satisfação servida por seus produtos. A velocidade do consumismo é vício encarnado.

Ofereço, para dar conta de como a velocidade cria novos efeitos individualismo, a metáfora da imagem do *download* de banda larga. Assim como assistir, numa tela de computador, o *download* de um *software* com as últimas atualizações, o consumismo do “quero agora” das mulheres e dos homens contemporâneos indica uma fascinação pela velocidade, aceleração, rapidez, celeridade. A mensagem da economia global de consumo, na verdade, é: “*Você já baixou a última atualização de sua identidade hoje? Novo individualismo 4.2.1*”. A alta velocidade de disparo do dia a dia, por sua vez, correlaciona-se

com os desenvolvimentos da economia eletrônica global, o que nos leva ao meu ponto final.

4. O novo individualismo é moldado como – e através de – uma preocupação com *curto prazo* e a *episodicidade*. A este respeito, há vínculos novos e importantes entre, por um lado, o advento da economia eletrônica global e as lógicas socioeconômicas do globalismo intensivo, e, por outro, a explosão do interesse popular em indústrias de reinvenção ou transformação total e a reconstrução da identidade de curto prazo. A raiz do problema é em grande parte cultural, impulsionada por um novo *ethos* corporativo de reinvenção flexível e incessante como única resposta adequada à globalização. A globalização é, nitidamente, um mundo de transformações, afetando todos os aspectos – não apenas do que fazemos, mas também do que pensamos sobre nossas vidas. Para o bem ou para o mal, a globalização deu origem à sociedade de 24/7, na qual a autorrealização contínua e a autorreinvenção dramática se tornaram a última moda.

A globalização se tornou uma das palavras da moda – e de nossas vidas – nos tempos de agora (Giddens, 2003). É preciso ter cuidado ao avaliar os argumentos sobre as consequências da globalização, pois “globalização” tem diferentes significados, nem todos coerentes, poucos conciliáveis. Para muitos críticos, o cerne do significado de globalização é capitalismo avançado tomado de maneira genérica. Por implicação, o termo passou a girar em torno de americanização. Neste ponto de vista, a globalização é o móvel principal na exportação do comércio e da cultura norte-americanos, do vasto aparato do consumo de massa, do desencadeamento do turbocapitalismo controlado pelos Estados Unidos. Outros veem a globalização através da lente de uma perspectiva histórica bem mais longa, começando com a era da descoberta e as migrações do Velho para o Novo Mundo.

Uma discussão completa das muitas facetas da globalização vai além do escopo deste capítulo. Mas quero ficar no tema de nosso mundo globalizante durante a maior parte do restante desta seção, pois sugiro que há, de um lado, novos vínculos importantes entre a velocidade e o dinamismo dos processos de globalização, bem como a explosão popular de interesse pelas indústrias da renovação e da cultura da cirurgia cosmética, de outro. Nesta conexão, é o impacto dos meios de comunicação e das novas tecnologias de informação que talvez seja o ponto mais relevante para a compreensão do que é verdadeiramente novo sobre a globalização. O teórico político David Held capta bem esse ponto ao afirmar:

O que há de novo no sistema global moderno é a intensificação crônica de padrões de interconectividade mediados por fenômenos tais como a moderna indústria de comunicações e as novas tecnologias da informação e a disseminação da globalização em, e através de, novas dimensões de interconexão: tecnológica, organizacional, administrativa e legal, entre outros, cada um com sua própria lógica e dinâmica de mudança (Held, 1991: 145; ver também, Held *et alii*, 1999).

As transformações nas dimensões organizacional e corporativa da interconectividade global – já antecipando meu argumento – estão criando as condições mediante as quais a autorreinvenção instantânea ocorre através dos processos próprios ao novo individualismo.

O impacto das corporações multinacionais, capazes de exportar a produção industrial para sítios com baixos salários em todo o mundo, e de reestruturar o investimento no Ocidente, da manufatura aos setores de finanças, serviços e comunicações, significou grandes mudanças na forma como as pessoas vivem suas vidas, como abordam o trabalho e como se posicionam no mercado de emprego. Embora o emprego tenha se tornado muito mais complexo do que em períodos anteriores, como resultado da aceleração da globalização, um fato institucional fundamental que redefiniu a condição contemporânea foi o rápido declínio do emprego vitalício. O fim do emprego-para-vida-toda, ou de uma carreira desenvolvida dentro de uma única organização, tem sido interpretado por alguns críticos como arauto da chegada de uma “nova economia” – flexível, móvel, em rede. O financista e filantropo global George Soros (1998) argumenta que as “transações” agora substituem os “relacionamentos” na economia moderna.

Um conjunto de estudos sociológicos recentes enfatiza essas tendências globais em direção ao curto prazo e à episodicidade – nas relações pessoais, na dinâmica familiar, nas redes sociais, no emprego e no trabalho. O sociólogo americano Richard Sennett (1998) escreve sobre a ascensão do “trabalho de curto prazo, contratual e episódico”. O emprego-para-vida-toda de ontem – argumenta Sennett – é substituído hoje por contratos de trabalho de curto prazo. A cultura corporativa atual do curto prazo está produzindo a erosão total da lealdade e da confiança investida nos funcionários em seus locais de trabalho. Em um mundo corporativo em que as pessoas estão sempre pensando na próxima etapa da carreira, ou se preparando para mudanças maiores, é muito difícil permanecer leal e, em última instância, é disfuncional para qualquer empresa ou organização. Autores como Sennett veem a flexibilidade

de exigida dos trabalhadores por corporações multinacionais como demonstração da realidade da globalização, que faz prevalecer a concepção de que os indivíduos são dispensáveis e descartáveis. É contra esse pano de fundo sociológico que ele cita estatísticas indicando que o estudante universitário americano médio que se graduar hoje pode esperar ocupar doze posições ou empregos durante a vida, além de ter de mudar suas habilidades básicas pelo menos três vezes. O emprego-para-vida-toda de ontem – Sennett argumenta – é substituído hoje pelo contrato curto. Não é de admirar que o capitalismo flexível tenha seus desafetos, que acham, para seu desespero, que os alegados benefícios do livre mercado estejam cada vez menos aparentes. Em um trabalho subsequente, *A cultura do novo capitalismo*, Sennett (2005) explicita as consequências emocionais mais profundas de tais grandes mudanças organizacionais, da seguinte maneira:

As pessoas temem ser deslocadas, marginalizadas ou subutilizadas. O modelo institucional do futuro não lhes fornece uma narrativa de vida no trabalho, nem a promessa de muita segurança no domínio público (Sennett, 2005: 132).

A cultura corporativa atual do curto prazo está produzindo a erosão total da lealdade e da confiança investida nos funcionários em seus locais de trabalho.

As identidades profissionais se esgotam, ficam exauridas, enquanto as próprias instituições são continuamente reinventadas (Sennett, 2005: 141).

Em um mundo corporativo em que as pessoas estão sempre pensando na próxima etapa da carreira, ou se preparando para mudanças maiores, reitero: é muito difícil permanecer leal – e é, em última instância, disfuncional – a qualquer empresa ou organização.

Da mesma forma, Gene Grossman e Esteban Rosi-Hansberg (2006) realizaram pesquisas sobre terceirização econômica global – centrada na transferência virtualmente instantânea de empregos de serviços para economias de salários menores – e nos relatos de trabalhadores “em risco”, não apenas nos empregos não qualificados e semiquualificados, mas também nos altamente qualificados (aqueles que atuam em setores financeiro, jurídico, médico e de alta tecnologia). A terceirização da produção industrial nas últimas décadas – dizem Grossman e Rosi-Hansberg – encontra hoje sua contrapartida na terceirização de empregos que demandam muito conhecimento. Grossman e Rosi-Hansberg chamam isso de “*offshoring* eletrônico global”,

o qual, argumentam, está rapidamente mudando nossos modos de viver e trabalhar – e continuarão a mudar de maneira dramática nos próximos anos. O *offshoring* eletrônico refere-se a mais do que à ascensão dos *call centers* em países como a Índia. Porque qualquer emprego na área de serviço pode ser terceirizado eletronicamente, se este envolver uma dependência substancial de tecnologia da informação e pouca interação face a face. E essa é a parte realmente dramática desta pesquisa: estima-se que entre 30 e 40 milhões de empregos em serviços nos Estados Unidos terão potencial de *offshoring* eletrônico no futuro próximo. 30 a 40 milhões de empregos!

A cultura *tech*, rápida e de curto prazo está desencadeando um novo paradigma de construção de si. Em um mundo de contratos curtos, inúmeros *downsizings*, entregas *just in time* e carreiras múltiplas, a capacidade de mudar e se reinventar é fundamental. A fé na flexibilidade, plasticidade e reinvenção incessante, tudo isso significa que não somos mais julgados pelo que fizemos e alcançamos; agora somos julgados pela nossa flexibilidade, pela nossa prontidão para a reformulação instantânea. A cultura do curto prazo promovida pela globalização pressiona as pessoas a tentarem “melhorar”, “transformar” e “reinventar” a si mesmas. Impulsionados pelo desejo e pelo medo de tal metamorfose, os indivíduos tentam desesperadamente fazer um *up date* de si mesmos para se tornarem mais eficientes, mais rápidos, mais enxutos, inventivos e mais autorrealizados do que eram anteriormente. Vem dia, vai dia, a sociedade na era do novo individualismo é fundamentalmente moldada por esse medo da descartabilidade.

Conclusão

O novo individualismo – sugeri – depende do surgimento de um imperativo cultural para ser reinventado. Esse imperativo, promovido por líderes empresariais, políticos, *personal trainers* e gurus da terapia, enfatiza que a reinvenção flexível e incessante é a única resposta pessoal adequada à vida em um mundo globalizado. É um paradigma que permeia a missão de incontáveis prestadores de serviços de transformação total: *personal trainers*, *spas*, academias, centros de desintoxicação e perda de peso, dentistas cosméticos e cirurgiões plásticos, todos atrás do dinheiro que as pessoas gastarão para realizar seu ideal de reinvenção.

Vários fatores, nas condições de globalização avançada, influenciam diretamente o fato de os indivíduos se voltarem para a “coqueluche da reinvenção” e, mais especificamente, submeterem-se aos testes e tribulações da cultura da transformação total a fim de obter uma vantagem na carreira. Não afirmo que as novas práticas

individualistas sejam completamente moldadas ou determinadas por mudanças recentes na economia global. Mas a nova economia trouxe consigo mudanças de enorme magnitude nas quais as pessoas estão sob intensa pressão para acompanhar a velocidade das transformações sociais. Empregos aparentemente seguros são eliminados literalmente da noite para o dia. A tecnologia se torna obsoleta quase tão logo é lançada. Corporações multinacionais movem suas operações de país para país em busca de maior margem de lucro. Mulheres e homens empenham-se numa escalada frenética para obterem novas habilidades ou serem descartados na sucata. Nesta nova economia dos contratos de curto prazo, *downsizings* sem fim, entregas *just in time* e carreiras múltiplas, uma razão para a nova autorreinvenção individualista através da nossa cultura de transformação generalizada é a demonstração de prontidão pessoal para mudança, flexibilidade e adaptabilidade.

O paradigma da mania de reinvenção se estende além do núcleo do si mesmo para o corpo, essa lembrança distraída da mortalidade em um mundo onde a descartabilidade está maior que a durabilidade, a plasticidade maior que a permanência. A cultura de velocidade e curto prazo promovida pela economia eletrônica global – arguementei alhures – introduz importantes ansiedades e inseguranças que são cada vez mais resolvidas pelos indivíduos ao nível do corpo. Os corpos hoje são bombados, socados, puxados, aspirados, costurados, encolhidos e aumentados cirurgicamente a um ritmo impressionante. Não é meu argumento que o *redesign* cosmético do corpo surja devido ao aparecimento de ansiedades completamente novas. As eras anteriores também sofreram da epidemia da ansiedade, e certamente as inseguranças relativas às perspectivas de emprego e carreira não são novas (Giddens, 1991). Mas o método de lidar com, e reagir às ansiedades decorrentes do novo paradigma de fazer-se a si mesmo em nossa era global é bem diferente dos tempos anteriores. Em contraste com as certezas condicionadas pela fábrica e a rigidez burocrática do mundo do trabalho de ontem, no qual as inseguranças pessoais atavam-se firmemente às configurações organizacionais da vida econômica, o novo corporativismo atual é um mundo no qual os indivíduos são cada vez mais deixados à própria sorte no que tange ao seu tempo de vida ativa e às suas perspectivas futuras. Essa é uma mudança social que cria um espaço considerável para oportunidades pessoais, mas também envolve estresse e custos emocionais severos. A fé de hoje em flexibilidade, plasticidade e reinvenção incessante em todo o mundo corporativo significa que os funcionários são julgados cada vez menos pelas conquistas anteriores, em seus registros.

Em vez disso, as pessoas são avaliadas, e cada vez mais, por sua disposição em aceitar mudanças, sua adaptabilidade para a transformação pessoal. Em tais circunstâncias, a ansiedade flutua livre apartada da vida organizacional. Consequen-

temente, a ansiedade retorna para o si mesmo. Em tais circunstâncias, muitos sentem uma pressão crescente para melhorar, transformar, alterar e se reinventar. A atual cultura de transformação surge neste espaço social, em resposta a tais medos ambientais.

Assim como o capitalismo flexível se engaja em reestruturações organizacionais incessantes, agora também as pessoas são induzidas a efetuar-las – funcionários, empregadores, consumidores, pais, filhos. Don DeLillo argumenta que o capitalismo global gera transformações na “velocidade da luz”, não apenas em termos do movimento súbito das fábricas, da migração em massa de trabalhadores e das mudanças instantâneas de capital líquido, mas em “tudo, desde a arquitetura ao lazer, à maneira como as pessoas comem, dormem e sonham” (DeLillo, 1998: 786). Ao pensar sobre as formas complexas pelas quais nossas vidas emocionais são alteradas pelas mudanças socioeconômicas provocadas pela globalização, busco adicionar à riqueza das transformações mencionadas por DeLillo, enfocando as experiências de mutação da identidade das pessoas, suas emoções, afetos e corpos, como resultado de novas práticas sociais individualistas. Meu argumento é que as forças globais, ao transformarem as estruturas econômicas e tecnológicas, penetram no próprio tecido de nossas vidas pessoais e emocionais.

A maioria dos autores concorda que a globalização envolve a reescrita dramática das fronteiras nacionais e locais. As mudanças do investimento de capital do dia para a noite, a disseminação transnacional da produção multiuso, a privatização de instituições de propriedade do Estado, os infinitos remodelamentos financeiros, o surgimento de novas tecnologias, bem como a energia instável dos mercados de ações 24/7: tais imagens do capitalismo multinacional tornam claro a extensão com que o mundo de hoje está sendo refeito, e diariamente. Tenho sugerido que tais mudanças se infiltram profundamente na vida cotidiana e estão afetando um número cada vez maior de pessoas. Os valores da nova economia global estão sendo cada vez mais adotados pelas pessoas para remodelar suas vidas. A ênfase está em viver o estilo de vida contratual de curto prazo (desde o que se veste, até onde se vive ou como se trabalha), das incessantes transformações cosméticas e melhorias corporais, da metamorfose instantânea e das identidades múltiplas. Este é o campo do novo individualismo, que continua a se espalhar pelas cidades sofisticadas e caras do Ocidente e para fora dele.

Referências

- BAUMAN, Z. *Liquid Life*. Cambridge (UK): Polity Press, 2005.
- BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Reflexive modernization*. Cambridge (UK): Polity Press, 1994.
- DELILLO, D. *Underworld*. London: Picador, 1998.
- THE ECONOMIST. Reshaping Cisco: the world according to Chambers. *The Economist*, 27 Aug. 2009.
- ELLIOTT, A. *Reinvention*. London: Routledge, 2013.
- . The new individualism after the great global clash. *The Journal of Studies in Contemporary Sociological Theory*, v. 4, p. 55-66, 2010.
- . *Contemporary social theory: an introduction*. London: Routledge, 2009.
- . *Making the cut: how cosmetic surgery is transforming our lives*. Chicago (IL): University of Chicago Press, 2008.
- . *Concepts of the self*. 2. ed. Cambridge (UK): Polity Press, 2007.
- . *Subject to ourselves*. 2. ed. Boulder (CO): Paradigm Press, 2004.
- ELLIOTT, A.; LEMERT, C. The global new individualist debate: three theories of individualism and beyond. In: ELLIOTT, A.; GAY, P. du (Eds.). *Identity in question*. London: Sage, 2009a.
- . *The new individualism: the emotional costs of globalization*. 2. ed. London: Routledge, 2009b.
- ELLIOTT, A.; URRY, J. *Mobile lives*. London: Routledge, 2010.
- ERIKSEN, T. *Tyranny of the moment*. London: Pluto Press, 2001.
- FOUCAULT, M. Governmentality. In: BURCHELL, G. et alii (Eds.). *The Foucault effect*. London: Harvester Wheatsheaf, 1991.
- GIDDENS, A. *Runaway world: how globalisation is reshaping our lives*. New York: Routledge, 2003.
- . *Modernity and self-identity: self and society in the Late Modern Age*. Cambridge (UK): Polity Press, 1991.
- . *The consequences of modernity*. Cambridge (UK): Polity Press, 1990.

- GROSSMAN, G.; ROSI-HANSBERG, E. The rise of off-shoring: it's not wine for cloth anymore. *The New Economic Geography: Effects and Policy Implications: A Symposium*. Kansas City (MO): Federal Reserve Bank of Kansas City, 2006.
- HAIKIO, M. *Nokia: the inside story*. Boston (MA): Prentice Hall, 2002.
- HELD, D. Democracy, the nation-state and the global system. *Economy and Society*, v. 20, n. 2, p. 138-172, 1991.
- HELD, D.; MCGREW, A.; PERRATON, J.; GOLDBLATT, D. *Global transformations*. Cambridge (UK): Polity Press, 1999.
- KUNDERA, M. *Slowness*. New York: HarperCollins, 1995.
- LASH, S.; URRY, J. *Economies of signs and space*. London: Sage, 1994.
- MERRIDEN, T. *Business the Nokia way: secrets of the world's fastest moving company*. Oxford (UK): Capstone, 2001.
- RIESMAN, D., GLAZER, N.; REUEL, D. *The lonely crowd – Revised edition: a study of the changing American character*. New Haven (CT): Yale University Press, 2001.
- ROSA, H. Social acceleration: ethical and political consequences of a desynchronized high-speed society. *Constellations*, v. 10, n. 1, p. 3-33, 2003'.
- ROSE, N. *Powers of freedom*. Cambridge (UK): Cambridge University Press, 1999.
- . *Inventing our selves: psychology, power and personhood*. Cambridge (UK): Cambridge University Press, 1996.
- . *Governing the soul: the shaping of the private self*. London: Routledge, 1990.
- SCHEUERMAN, W. E. Busyness and citizenship. *Social Research*, v. 72, n. 2, p. 447-470, 2005.
- SENNETT, R. *The culture of the new capitalism*. New Haven (CT): Yale University Press, 2005.
- . *The corrosion of character*. New York: Norton, 1998.
- SOROS, G. *The crisis of global capitalism: open society endangered*. New York: Public Affairs, 1998.
- VIRILIO, P. *Speed and politics*. New York: Semiotext(e), 1986.

