

Desejo é devir: um olhar sobre a condição do indivíduo consumidor na perspectiva do capitalismo rizomático

GISELLE GAMA TORRES FERREIRA*

Resumo

A sociedade contemporânea reflete um novo modelo de consumo no qual pessoas tornam-se mercadorias e mercadorias ressignificam-se no contexto psicossocial reapresentando-se como pessoas. Nesse novo modelo, cujas relações são instáveis, o desejo desloca-se da centralidade de seu significado para transformar-se em elemento subjetificado em necessidades, processo que gera sofrimento perpétuo nos consumidores. Esses indivíduos, imersos na busca de completude por meio do consumo, nunca, porém, encontram-se plenamente saciados. Consumir, então, torna-se uma forma de necessidade, cujo núcleo é transformado pelos diversos polos presentes nas relações - sociais, culturais, políticas, ambientais econômicas, entre outros - para algo intrínseco. Dessa forma, à luz do pensamento teórico dos autores Deleuze, Guattari, esse artigo se propõe a desconstruir a noção de imaginário para além e aquém de sua essência, no sentido de trazer a tona a problemática sobre a captura, criação e produção do desejo a partir da lógica do capital.

Palavras-chave: sociedade de consumo; desejo; capitalismo rizomático; devir.

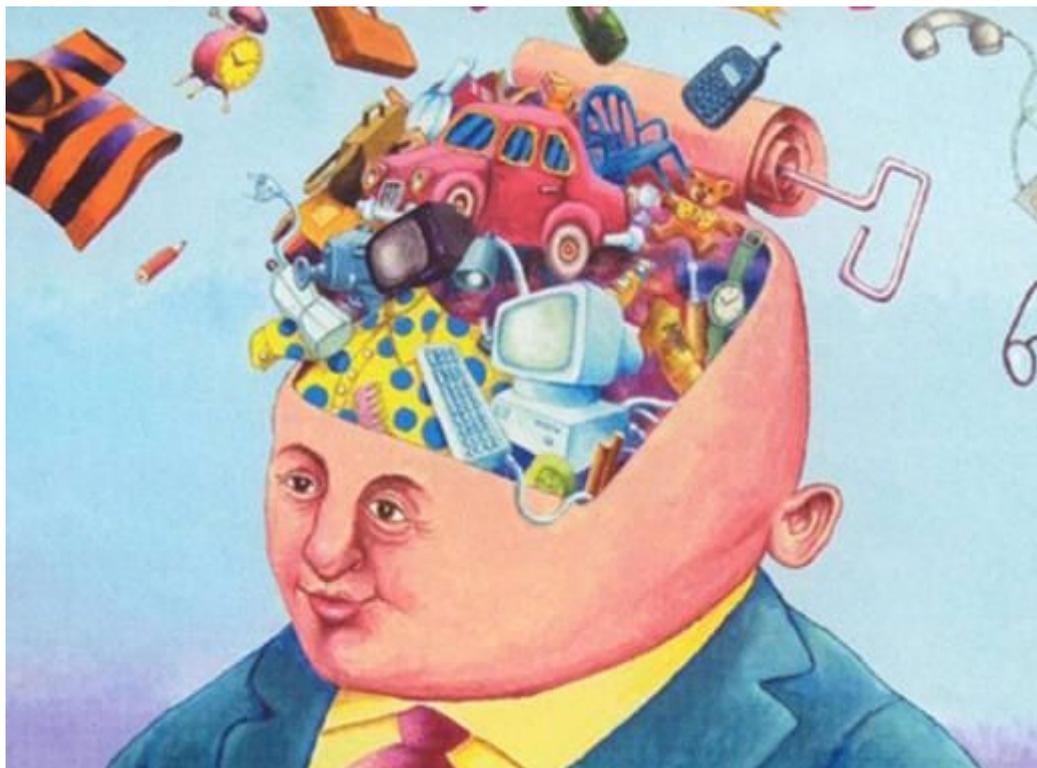
Abstract

Contemporary society reflects a new model of consumption in which people become commodities and commodities are re-signified in the psychosocial context by re-presenting themselves as people. In this new model, whose relations are unstable, desire shifts from the centrality of its meaning to become a subjectified element in needs, a process that generates perpetual suffering in consumers. These individuals, immersed in the pursuit of completeness through consumption, are never, however, fully satisfied. Consuming, then, becomes a form of necessity, whose core is transformed by the many poles present in the relations - social, cultural, political, environmental, economic, among others - to something intrinsic. Thus, in the light of the theoretical thought of authors Deleuze, Guattari, this essay proposes to deconstruct the notion of imaginary beyond and below its essence, in order to bring up the problematic about the capture, creation and production of the desire to from the logic of capital.

Key words: the consumer society; desire; rhizomatic capitalism; becoming.



* **GISELLE GAMA TORRES FERREIRA** é doutoranda em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (UFRJ).



Fonte: <http://www.revistadigital.com.br/2012/01/traidos-pelo-consumo/>

Introdução

No contexto da contemporaneidade, a correlação entre necessidade e desejo torna-se cada vez mais entrelaçada, na medida que se transformam, na *práxis*, em termos quase que sinônimos. O novo contexto vivido pelos sujeitos sociais, principalmente em suas relações de consumo na sociedade contemporânea, apresenta mudanças estruturais no sentido de promover uma transformação de desejos em necessidades. Nesse novo processo de consumo, os objetos passam a ser subjetificados para compor os sujeitos sociais no processo de captura, criação e produção do desejo. Os indivíduos, a partir de uma perspectiva psicossocial, são analisados sob o ponto de vista do desejo, que é mantido por meio de sensações que cerceiam a não-saciedade dentro da sistemática do consumo.

Nesse novo contexto, à luz dos conceitos do desejo e do devir – trabalhados por Deleuze e Guattari na obra “O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia”, e outras construídas a partir desta – o presente trabalho se propõe a realizar uma reflexão crítica a partir do que os autores denominam de “máquinas desejantes”, agenciamentos e capitalismo rizomático, com o intuito de questionar a economia política do desejo na sociedade de consumo. A ideia central do desejo está intimamente ligada à sensação de inquietude e angústia constantes, que leva os indivíduos à compulsão pelo consumo. O processo consumista é pensado e executado de forma a construir indivíduos tomados por uma eterna insaciabilidade que retroalimenta o próprio consumo.

Nesse sentido, o objetivo geral desse estudo é a formular uma discussão teórica no que tange à construção do desejo de maneira intencional na contemporaneidade. Esse desejo “líquido” se metamorfoseia em necessidades cujas manifestações se dão para além e aquém do imaginário. A ideia é entender de que forma a criação e produção de consumidores atendem essencialmente à lógica mercadológica do capitalismo rizomático. A justificativa para o desenvolvimento desse estudo é a sua dimensão psicossocial na sociedade de consumo, que cria e mantém consumidores nunca plenamente satisfeitos, porém dependentes da sistemática consumista. A insatisfação constante, que mantém os indivíduos num sofrimento ininterrupto, é elemento primordial para o funcionamento do máquina capitalista. Ademais, a permanência desse modelo de consumo, na sociedade contemporânea, caminha para uma possível crise do sistema num curto prazo. Por conseguinte, se faz necessário o entendimento do processo de estímulo à percepção crítica acerca produção e manutenção do consumismo a partir da conceito de “máquinas desejanter” (DELEUZE; GUATTARI, 2004).

A relevância do estudo está na problemática do movimento de subjetificação dos indivíduos na sociedade contemporânea, que transforma, psicossociamente, indivíduos em “máquinas” que são retroalimentadas para produzirem, de forma constante e contínua, o desejo pelo consumo e o consumo pelo desejo.

Desejo: captura, criação e produção

Segundo Deleuze, o devir é o conteúdo próprio do desejo que é constituído a partir de máquinas ou, ainda, o que o autor chama de agenciamentos de

“máquinas desejanter” (DELEUZE; GUATTARI, 2004). De acordo com Deleuze e Guattari “A regra de produzir sempre o produzir, de inserir o produzir no produto, é a característica das máquinas desejanter ou da produção primária: produção de produção [...] Produzir, produto, identidade produzir-produto [...]” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p.13).

Nesse sentido, desejar, segundo o autor, é passar por devires, formados a partir de uma lógica de produção. Todas essas mudanças estão diretamente interligadas às novas formas de agenciamento do capitalismo contemporâneo. Essa subjetividade capitalística (GUATTARI; ROLNIK, 1999) trabalha com o perspectiva de que o desejo, na lógica do devir, deve ser resignificado na sociedade de consumo para ocupar o lugar de uma “mercadoria” a ser pensada e produzida em escala industrial, ou seja, de forma a atender uma grande demanda que é também produzida: “ora, devir não é mudar, já que não há término ou fim para o devir” (ZOURABICHVILI, 2004, p. 23). A estruturação do desejo, por conseguinte, segundo o panorama do devir, se dá por meio de uma prévia captura, e posterior criação, etapas do processo que são detalhadamente modeladas para produzirem demandas de instintos desejanter que se metamorfoseiam em necessidades que anseiam ser satisfeitas sempre com urgência.

Nessa lógica, segundo Deleuze e Guattari (2004), a natureza dos sujeitos sociais passa a não ser mais vista como se natureza fosse, mas sim como processo de produção:

Já não há nem homem nem natureza, mas unicamente um processo que os produz um no outro, e liga as máquinas. Há por todo o lado máquinas produtoras ou

desejantes, máquinas esquizofrênicas, toda a vida genérica: eu e não-eu, exterior e interior, já nada querem dizer (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 8).

Os autores defendem a ideia de que os sujeitos sociais são formados por corpos sem órgãos que se relacionam com a produção desejante de forma a atraí-la e apropriá-la. Nesse sentido, esse corpo sem órgão, é improdutivo, é inconsumível, servindo, dessa forma, de superfície para o registro de qualquer processo de produção do desejo através das máquinas desejantes (DELEUZE; GUATTARI, 2004). Essa produção está internamente interligada ao que Guattari (1987) denomina Capitalismo Mundial Integrado (CMI), que tende inexoravelmente a destruição das antigas estruturas territorializadas dos agendamentos inconscientes para expandir, de forma tentacular, um inconsciente maquínico, desejante, cujo efeito revela-se em uma espécie de angústia coletiva. O CMI atua, segundo o autor, como importante condição de produção de subjetividade. De acordo com Guattari (1987), o capitalismo não somente explora a força de trabalho, mas também manipula, de forma proveitosa para si mesmo, as relações de produção, insinuando-se na economia desejante dos explorados. E, ainda, os indivíduos, enquanto indivíduos, são fabricados pelo sistema para responder aos imperativos de seu modo de produção (GUATTARI, 1987).

O desejo, portanto, é devir, é criado, e não necessariamente faz parte de um imaginário que preenche os sujeitos sociais. É dado ao desejo, sob a perspectiva de “máquinas desejantes” de Guattari, um sentido de insaciabilidade. Nessa lógica, produz-se uma sociedade de consumo na qual o

interesse está no desejo e não mais no objeto. Os indivíduos passam a ser transformados em corpos artificiais, os seres humanos são desnaturalizados e os objetos se tornam alegorias desse desejo. Entretanto, como esse desejo-consumo é descartável, o viver para desejar torna-se um processo incessante de sofrimento. Há, nesse sentido, uma complexificação das várias relações do imaginário, que passam a ser efêmeras e vulneráveis.

Segundo Deleuze e Guattari (2010), a esquizofrenia é o processo de produção do desejo e das “máquinas desejantes”, que capturam e criam desejos, em fluxos contínuos. “A produção como processo não cabe nas categorias ideais e forma um ciclo cujo princípio imanente é o desejo” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 10). Os autores defendem que não é o sujeito que se apropria do desejo e sim o desejo que acontece nele. Segundo os autores, qualquer objeto formado a partir do desejo pressupõe a continuidade de um fluxo, e ainda, esses fluxos são a própria fragmentação de um objeto.

Por conseguinte, o desejo move forças não-simbólicas desdobrando-se em real, através de sua captura e produção. A produção está sempre inserida em um produto, de modo que a produção desejante faz produção da própria produção, bem como qualquer máquina é máquina de máquina (DELEUZE; GUATTARI, 2004).

Segundo Zourabichvili (2004), o conceito de agenciamento substitui - a partir da obra Kafka: (DELEUZE; GUATTARI, 1978) – o de “máquinas desejantes”. Corroboram Deleuze e Parnet que: “Só há desejo agenciado ou maquinado. Você não pode apreender ou conceber um desejo fora de um agenciamento determinado, sobre um plano que não preexiste, mas que deve,

ele próprio, ser construído” (DELEUZE; PARNET, 1998, p.77).

Nesse sentido, toda a esfera da realidade é construída a partir da captura, criação e produção do desejo para o próprio desejo, num movimento para dentro e para fora, que se diferencia inclusive em si mesmo. Segundo os autores, toda a produção social é uma produção desejante, uma vez que o desejo produz a própria esfera da realidade.

Afirmamos que o campo social é imediatamente percorrido pelo desejo, que é o seu produto historicamente determinado e que a libido não precisa de nenhuma mediação ou sublimação, de nenhuma operação psíquica, de nenhuma transformação, para investir as forças produtivas e as relações de produção. Existe apenas o desejo e o social, e nada mais. Mesmo as forças mais repressivas e mortíferas da reprodução social são produzidas pelo desejo [...] (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 33).

Sob esse ponto de vista, pode a realidade social ser produto do próprio desejo, na qual os sujeitos sociais são movidos pelo um estímulo desejante que é retroalimentado para além e aquém do imaginário?

Desejo: além e aquém do imaginário

O desejo e o consumo são, a todo tempo, sinergicamente trabalhados pelo capitalismo como maneiras de ser, ver, sentir, pensar, falar e agir. O consumo vai para além do desejo, para além dos bens, para se tornar uma forma de consumo de subjetividades (PELBART, 2003). Segundo Deleuze e Guattari, o desejo não pertence ao imaginário social, e sim faz parte de um processo de subjetivação construído a partir da lógica do capital. Os autores, ao associarem o imaginário ao conceito de

inconsciente, afastam-se do pensamento de autores como Sigmund Freud ou Jacques Lacan, uma vez que enquadram o imaginário social como objeto da ordem da produção (TAVARES; IRVING, 2009).

Seguindo a lógica desse novo contexto, as marcas passam a vender ideias que colam e descolam, em sua metamorfose constante. Para Deleuze e Guattari, o desejo é:

[...] falta do objeto real, a sua própria realidade está numa “essência da falta” [...] O desejo concebido como produção [...] Ao mais baixo nível de interpretação isto significa que o objeto real que falta ao desejo remete para uma produção natural ou social extrínseca, enquanto que o desejo produz intrinsecamente um imaginário que duplica a realidade como se houvesse um “objeto sonhado por detrás de cada objeto real” ou uma produção mental por detrás das produções reais (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 30).

Os autores defendem que o desejo manifestado na sociedade contemporânea transforma a falta de algo para além e aquém do imaginário, levantando-a ao absoluto, transformando-a numa “incurável insuficiência de ser”, “uma falta-de-ser que é a vida” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 30). Dessa forma, o desejo é reapresentado em forma de necessidade.

Segundo Guattari (1987), as marcas passam a atomizar o imaginário dos consumidores, de forma a oferecer todas as possibilidades que podem explorar, desterritorializando-se por meio de uma estratégia “glocal” para modelar-se de forma individual e, ao mesmo tempo, coletiva. E ainda, reinventam-se através de agenciamentos para atingir a

totalidade dos segmentos de mercado, em todos os lugares. O devir, então, é criado na perspectiva do desejo que, por sua vez, não representa fidedignamente o que poderia ser entendido como imaginário. Nas palavras de Zourabichvili (2004, p.24): “os devires, longe de se assemelharem ao sonho ou ao imaginário, são a própria consistência do real”. E, sendo assim, “os desejos não são operados do imaginário (transcendência), mas eles são produzidos (imanência)” (TAVARES; IRVING, 2009, p. 246).

De acordo com Tavares, Irving e Vargas, o capitalismo na lógica da contemporaneidade:

[...] atravessa e constrói o imaginário do consumidor, produzindo, continuamente, as subjetividades, que são identidades revogáveis, líquidas e transformadas pelo desejo e a liberdade de se desconstruir enquanto sujeitos do consumo, da fantasia e de um prazer inacabado (TAVARES, IRVING; VARGAS, 2013, p.3).

Essas identidades, portanto, configuram-se como maleáveis, oscilantes e moldadas à luz do desejo de consumo, reguladas pelo mercado e para o mercado, na forma de “kits de identidades” ou “kits de subjetividade”. Nesse sentido, Deleuze e Guattari defendem a ideia de que se o desejo é algo que é produzido, então ele produz o real de forma que é esse o próprio resultado das sínteses passivas do desejo como autoprodução do inconsciente: “O ser objetivo do desejo é o Real em si mesmo.” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p.31). Na concepção dos autores, o imaginário, dessa forma, é o próprio desejo que, por sua vez, é produto do real: “[...] o inconsciente não é nem estrutural nem pessoal; não imagina, tal como não

simboliza nem figura; máquina, é maquínico. Não é nem imaginário nem simbólico mas é o Real em si mesmo, o “real impossível” e a sua produção” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 55).

Os autores complementam que o desejo não possui objeto fixo no que tange ao imaginário, e, ainda, que o desejo e seu objeto de atuação são uma coisa só: “a máquina, enquanto máquina de máquina” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p.31). No que tange ao imaginário, o desejo torna-se então o medo objeto da falta.

Desejo no contexto psicossocial

O ato de consumir na contemporaneidade é o passaporte para uma forma de pertencimento à coletividade e uma forma de garantir o reconhecimento (TAVARES, IRVING; VARGAS, 2013). Para entender as relações, o saber psicossocial mostra-se útil, uma vez que o desejo apresenta-se episteme cuja análise permite explicar o comportamento mutável do sujeito na lógica do mercado. De acordo com Tavares, Irving e Vargas, 2013 (2013, p.3), “a modernidade líquida pode ser considerada um pano de fundo que agencia os vetores psicossociais” e, dessa forma, o olhar psicossocial contribui também para refletir o fluxo contínuo e incessante da produção de desejo a partir da lógica do capitalismo rizomático (DELEUZE; GUATTARI, 1995; PELBART, 2003).

Na contemporaneidade, a sociedade de consumo está pautada na lógica do desejo. O desejo, assim sendo, é ressignificado dentro de uma concepção que reafirma que os sujeitos não-desejantes são automaticamente excluídos da sociedade. À vista disso, uma vida sem nada desejável é entendida como uma eterna angústia (TAVARES, IRVING; VARGAS,

2013). Aí encontra-se a ideia de insaciabilidade do desejo. Para Deleuze e Guattari (2004), o novo indivíduo dentro da perspectiva psicossocial:

É um sujeito estranho, sem identidade fixa, errando sobre o corpo sem órgãos, sempre ao lado das máquinas desejantes, definido pela parte que toma do produto, recolhendo em toda a parte o prêmio de um devir ou de uma metamorfose, nascendo dos estados que ele próprio consome e renascendo em cada estado. “Afinal sou eu, afinal pertence-me...” Até sofrer, como diz Marx, é fruir de si mesmo. Toda a produção desejante é imediatamente consumo e destruição, logo “volúpia” [...] (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p.21).

Segundo Tavares (2004), a subjetividade do consumidor na contemporaneidade é plural, *flâneur*, mutável, fragmentária e fluida. Dessa forma, as teorias de consumo passam a buscar uma nova perspectiva para compreender o sujeito que consome com a finalidade de obter um pertencimento social, aderindo identidades flutuantes, revogáveis e temporárias. Sendo assim, a sociedade de consumo pauta-se na “liberdade” da procura do prazer e do desejo, pelo destino e pelas escolhas individuais. E, esses desejos, por sua vez, são efêmeros, evasivos, voláteis e perpétuos. Por essas características, os sujeitos sociais passam a ser oprimidos pela lógica do consumo cujo produto da troca não o proporciona a completude esperada antes do processo da compra.

Nesse sentido, a formação psicossocial dos sujeitos é afetada pela sociedade de consumo, tendo como consequência a formação de novas modalidades de sensibilidades, novas necessidades, novas formas de sentir e perceber o

mundo onde vivem a partir do direcionamento da engrenagem do capitalismo rizomático. Destarte, o ato de consumir passa a se manifestar sob a forma de uma compulsão, um vício, na medida que o desejar é a liberação do princípio do prazer, como força motivadora e retroalimentadora do consumo. Pode a vida estar sendo reorganizada segundo a lógica do desejo efemerizado no processo de consumo contemporâneo?

Metodologia

Como meio de desenvolver objetivamente a proposta teórica deste artigo, a metodologia se apoia na pesquisa qualitativa de caráter exploratório. O estudo é construído, dessa forma, a partir de um levantamento bibliográfico dos principais autores que trabalham com a temática em questão. O recorte teórico é sobre o processo captura, criação e produção do desejo. Ademais, são levantadas as hipóteses acerca da implicação do “desejo maquinado” nos indivíduos inseridos na cultura de consumo sob a perspectiva do capitalismo rizomático na contemporaneidade. Para entender o processo de retroalimentação do consumo na sociedade contemporânea, esse artigo traz autores como Deleuze, Guattari – e outros que com esses coadunam – que descontroem o imaginário social de forma a evidenciar a problemática do desejo dentro de uma lógica construída a partir de certos interesses, em sua maioria, ligados ao capital.

Algumas pistas: o desejo, enfim, na lógica do capitalismo rizomático

O capitalismo, segundo Guattari, opera nos mais distintos dispositivos do poder-saber. A lógica do capital se dá em rede e virtualmente. Seu valor é

postulado através de uma possibilidade de ganho do que ainda não se tem. Na perspectiva do capitalismo rizomático, há a densconstrução do eu, o que abre espaço para a penetração do capitalismo imaterial, fluido, global e desterritorializado cuja produção de bens e serviços é debruçada sobre a lógica dos desejos produzidos pelo mercado (PELBART, 2003). Segundo Deleuze e Guattari (2004), “O capitalismo tende para um limiar de descodificação que desfaz o *socius* em benefício de um corpo sem órgãos e que, sobre este corpo, liberta os fluxos do desejo num campo desterritorializado” (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 37).

O fenômeno do consumo, nesse contexto, passa, então, a se constituir a partir do capitalismo rizomático (PELBART, 2003), que mercantiliza o desejo e produz novos sujeitos psicossociais que vivem num eterno sofrimento numa sociedade móvel, plural e efêmera e desterritorializada. A descodificação dos fluxos, a desterritorialização do *socius* são as tendências mais essenciais do capitalismo (DELEUZE; GUATTARI, 2004). Segundo Deleuze e Guattari (2010), o capitalismo traz a ideia de que:

[...] tudo é produção: produção de produções, de ações e de reações; produções de registros, de distribuições e de pontos de referência; produções de consumos, de volúpias, de angústias e dores. Tudo é produção: os registros são imediatamente consumidos, destruídos, e os consumos diretamente reproduzidos. É este o primeiro sentido do processo: inserir o registro e o consumo na própria produção torná-los produções de um mesmo processo (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p.10).

Pelbart (2003), em seu livro *Vida Capital*, discorre acerca do que seria o capitalismo rizomático levantando questionamentos, como por exemplo o porquê do capitalismo “pegar” se eminentemente possui um sistema tão enfático de exclusão. Quais seriam os mecanismos de adesão usados por ele? Que justificativas o capitalismo inventa? Como ele desarma seus críticos? Segundo o autor, a partir dos anos de 1980, o capitalismo incorporou muitas críticas feitas a ele na década de 1960 e 1970, reinventando-se para resistir ao duro processo de perda de credibilidade por qual estava passando. Nesse lógica, o capitalismo passa a se apropriar de elementos como: ganho de autonomia, liberdade, credibilidade, constituindo-se assim dentro de uma rede chamada pelo autor de rizoma, que é fluida e conexcionista. Pelbart (2003) comenta sobre esse nova formatação do capitalismo “Significa que ao satisfazer em parte essas reivindicações libertárias, autonomistas, hedonistas, existenciais imaginativas, o capitalismo pôde ao mesmo tempo mobilizar em seus trabalhadores esferas antes inatingíveis (Pelbart, 2003, p. 96).

Para Pelbart (2003), essa nova configuração “mercantilizada” encontra nesse rizoma do capital (aberto, flexível e conexcionista) as condições essenciais para a criação de mutações dentro do mercado. É nesse capitalismo imaterial, rizomático, leve, fluido, global e desterritorializado que o consumo, através da lógica do desejo – que é devir –, se instala. Nessa perspectiva, os bens e serviços são reconfigurados para se moldar e atender às demandas das necessidades produzidas pelo mercado. A partir dessa lógica, essa “rede” se reconfigura por meio de um rizoma (DELEUZE; GUATTARI, 1995), através do qual todos se influenciam por meio de agenciamentos mútuos, para o

desenvolvimento, a criação, a produção e o controle dos desejos. Pelbart (2003) complementa:

O mundo conexcionista é inteiramente rizomático, não finalista, não identitário, favorece os hibridismos, a migração, múltiplas interfaces metamorfoses, etc. Claro que o objetivo final do capitalismo permanece o mesmo, visa o lucro, mas o modo pelo qual ele agora tende a realizá-lo, e essa é a tese dos autores, é prioritariamente através da rede (PELBART, 2003, p. 96).

Na perspectiva de Pelbart (2003), o capitalismo rizomático persegue o lucro, trabalhando com uma lógica mais complexa de produção, criando necessidades, modos de ser, novas estratégias de consumo. Na lógica do capitalismo rizomático, conforme já visto, torna-se necessário consumir e comprar, sempre mais e melhor, porém de forma a fomentar cada vez mais desejos transmutados em necessidade.

Pode-se inferir, dessa forma, a luz da interpretação de Deleuze, que a contemporaneidade traz o consumo como uma “senha” de pertencimento, para que se possa estar “dentro”, “fazer parte” do espaço desterritorializado do capitalismo rizomático e esquizofrênico. A base conceitual da esquizoanálise – uma técnica utilizada por Deleuze e Guattari a fim de capturar a ideia psicossocial – se dá por meio desse capitalismo rizomático imerso em mobilidade, multiplicidade, linhas de fuga, do nomadismo, dos fluxos semióticos, materiais e sociais. Ademais, nessa lógica, não se trabalha mas com a ideia de um “ser humano”, mas de um “ter humano” (TAVARES, 2010, p. 12), que se inscreve no rizoma da vida, na infinitude do pensamento, nas micropolíticas, nos desejos, em desenraizar a concretude. O verbo ser

enfim dá lugar ao verbo ter e a sua fluidez.

Considerações finais

O desejo, em consonância ao recorte que foi proposto nesse estudo, está inserido na sociedade contemporânea de forma produtivizada afastando-se do conceito de imaginário social. Os indivíduos são subjetificados e transformados em máquinas que fazem a engrenagem capitalista se perpetuar como modelo de produção e também de vida. E, em função do desejo que é produzido para revestir-se de necessidade, o consumo passa a ser arquitetado para manifestar-se para além e aquém do imaginário, para apresentar-se como a própria realidade. Dentro do “real” só pertence aquele que consome, só há a liberdade para se consumir. Consumir é pertencer, estar dentro, fazer parte e não ser excluído.

Nesse novo contexto social e mercadológico, as corporações apropriam-se dos desejos capturando-os, produzindo-os e, assim, retroalimentam um irrealizável movimento de consumo, sob o controle de um capitalismo rizomático. A sociedade de consumo, comandada pelo capitalismo rizomático, arquiteta e constrói novas subjetividades que são líquidas, vulneráveis e revogáveis, constantemente transformadas pelo desejo. O desejo, destarte, é manipulado para apresentar-se como o caminho para a felicidade, para o prazer, sem, todavia, apresentarem como acabados e alcançáveis. O desejo nunca efetivamente é saciado. E é essa a sistemática usada pelo capitalismo rizomático para eternizar-se como modelo para arquitetura sócio-econômica.

Dessa forma, é essencial e urgente a reflexão crítica acerca do estímulo,

captação, produção e manutenção desses processos e modelos de consumo a partir da lógica do desejo, que mantém os sujeitos sociais imersos na “necessidade” quase que alucinante de comprar e consumir, cada vez mais e melhor.

Referências

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. Mil platôs. Capitalismo e esquizofrenia, v. I. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995;

_____. O anti-Édipo: Capitalismo e Esquizofrenia. Rio de Janeiro: Imago, 2004.

_____. Kafka: por uma literatura menor. Ediciones Era, 1978.

DELEUZE, G.; PARNET, C. Diálogos. Trad. Eloisa Araújo Ribeiro, São Paulo: Escuta, 1998.

GUATTARI, F. Revolução Molecular: Pulsões Políticas do Desejo. São Paulo Brasiliense, 1987.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. Micropolítica: Cartografias do Desejo. Petrópolis: Vozes, 1999.

PELBART, P. P. Vida Capital: ensaios de biopolítica. São Paulo: Iluminuras, 2003.

TAVARES, F. O consumo na pós-modernidade: uma perspectiva psicossociológica. *Comum*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 22, p. 122-143, 2004.
TAVARES, F. & IRVING, M. Natureza S/A: O consumo verde na era do Ecopoder. Rio de Janeiro: Ed. Rima, 2009.

TAVARES, F.; IRVING, M. Do Biopoder ao Ecopoder: Um Olhar Sobre o Consumo Verde Através dos Conceitos de Rizoma e Sociedade de Controle. V Encontro Nacional da Anppas 4 a 7 de outubro de 2010 Florianópolis-SC-Brasil. Disponível em: <<http://www.anppas.org.br/encontro5/cd/artigos/GT13-316-230-20100901151130.pdf>>. Acesso em 27 de mai. 2016.

TAVARES, F.; IRVING, M.; VARGAS, R. O “Ter Humano” e os “Kits de Subjetividade”: uma Perspectiva Psicossociológica do Consumo Através da Publicidade. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0746-1.pdf>>. Acesso em 17 de abr. 2016.

ZOURABICHVILI, F. O Vocabulário de Deleuze. Tradução André Telles. Rio de Janeiro: Relume Dumara, 2004.