



A IMAGEM, O DISCURSO E O VALOR EM UMA SOCIEDADE NEOLIBERALISTA¹

Image, discourse and value in a society neoliberalist

REBELLO, Antonio

Mestrando; Pontifícia Universidade Católica do Rio (PUC-Rio)
rebello.acr@gmail.com

RESUMO

Neste documento trabalhamos a construção de um ponto de vista sobre o design na atualidade elucidando como o mercado de trabalho vem enquadrando o designer a seu serviço mais do que abraçando a sua capacidade criativa e analítica para o bem do trabalho artístico. Explorando os fundamentos filosóficos e a cultura do neoliberalismo, além de articular vivências profissionais a fim de estimular a expansão dos conceitos de design na modernidade para o mercado de trabalho. No raciocínio que apresentamos, o mercado de produções visuais hoje cria, subjetivamente, formas de realizar a exploração do funcionário que trabalha com a criatividade e a imagem, mas a situação também desperta a reação negativa em relação ao mercado e permite se defender da prática exploratória do mercado.

O aspecto interessante de investigar é que a transformação de prioridades de vida em relação às gerações, estão relacionadas a tomadas de ações pelo mercado para se renovar e se tornar compatível com a realidade do pensamento geracional, melhorando as rotas disponíveis para o profissional ter mais agenciamento sobre sua carreira e serviço.

Insistir em trazer essa linha de domínio estético e criativo

¹ Derivado de um artigo elaborado durante a aula Questões da subjetividade em design presente no PPG Design da PUC-Rio. Agradecimentos à turma e à professora Denise Portinari.

obrigatoriamente para um entorno com propriedades funcionais diferentes, não tem se mostrado o melhor investimento a longo prazo para a presença da companhia. Acredito que as reflexões presentes possam iluminar de forma branda o panorama que enfrenta a produção criativa hoje, mas que também consiga mostrar que nunca houve tanta abertura tecnológica para dar a oportunidade de designers e comunicadores terem agenciamento próprio sobre o que conseguem elaborar. A velocidade da sociabilidade da internet, alterando o ritmo da vida profissional, pode não oferecer um melhor espaço para a profundidade e a subjetividade no escritório, mas ela permite uma autonomia e continuidade para trabalhos que se mostrem cada vez mais pertencentes a uma natureza de domínio diferente.

Palavras-chave: subjetividade; design; neoliberalismo.

Referências

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos**. 1. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2021. 176 p. Tradução e notas: Jesus Ranieri.

EAGLETON, T. **A Ideologia da Estética**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 327 p. Tradução de: Mauro Sá Rego Costa.

ROSA, R. R. Neoliberalismo, desdemocratização, subjetividade. **Em Revista Argumentos**, ano 11, n. 21. Fortaleza, jan./jun. 2019

FREDERICO, C. A Arte em Marx: um Estudo Sobre os Manuscritos Econômico-Filosóficos. **Revista Novos Rumos**, [S. l.], n. 42, 2022. DOI: 10.36311/0102-5864.19.v0n42.2144. Disponível em: revistas.marilia.unesp.br/novosrumos/2144. Acesso em: 31 maio. 2023.

CHAGAS, E. F. O pensamento de Marx sobre a subjetividade. **TRANS/FORM/AÇÃO**: Revista de Filosofia, [S. l.], v. 36, n. 2, p. 63–84, 2013. DOI: 10.1590/S0101- 31732013000200005. Disponível em: revistas.marilia.unesp.br/transformacao/3099. Acesso em: 2 jun. 2023.

LEE, Chris. I’m a VFX Artist, and I’m Tired of Getting ‘Pixel-F-ked’ by Marvel. 2022. Elaborado por VULTURE. Disponível em: vulture.com/article/. Acesso em: 26 jun. 2023.

MOST Leaders Don’t Even Know the Game They’re In | Simon Sinek. Realização de Live2Lead. Atlanta, Georgia: John C. Maxwell, 2016. (35 min.), color. Legendado. Disponível em: <https://www.youtube.com/@SimonSinek>. Acesso em: 20 jun. 2023.