

A dialética da ostentação e do recalque: zé ou rei¹

The dialectic of ostentation and resentment: “zé” or king

Thais Regina Pavez^a 

Resumo O artigo discute as transformações e consequências da generalização da lógica da mercadoria e do dinheiro nas margens sociais, nas expectativas, desejos e imaginário dos jovens periféricos. Seguindo o pressuposto do paralelismo entre narcisismo e fetichismo da mercadoria, mostramos que a ostentação é uma disposição que orienta o comportamento social dos jovens no sentido da dialética da onipotência e da impotência. O revezamento constante entre a ostentação e o ressentimento era impelido pela perspectiva desesperadora de serem socialmente descartados e pela angústia permanente que decorria das experiências que permeavam todas as esferas e o revezamento entre ilícito, legal e ilegal. Assim, os jovens viviam permanentemente entre uma alternativa autossacrificial, apostando na “vida loka”, e uma vida de impotência diante de desejos de consumos ilimitados e horizontes de vida rebaixados como trabalhador.

Palavras-Chave Juventude. Consumo. *Funk*. Crime. Ostentação.

Abstract *The article discuss the transformations and consequences of the generalization of the logic of merchandise and money on the social margins in the expectations, desires and imagination of the outskirts youth. Following the assumption of parallelism between narcissism and commodity fetishism, we show that ostentation is a disposition that guides the social behavior of young people towards the dialectic of omnipotence and impotence. The constant relay between ostentation and resentment was driven by the desperate prospect of being socially discarded and by the permanent anguish that resulted from the experiences that permeated all spheres and the relay between illicit, legal and illegal. Thus, young people lived permanently between a self-sacrificial alternative; betting on “vida loka”, and a life of impotence in the face of unlimited consumption desires and lowered life horizons as a worker.*

Keywords Youth, Consumption, *Funk*, Crime, Ostentation.

¹ Agradeço a Maurício Reimberg pelas sugestões ao texto

^a Pesquisadora do Centro de Estudos dos Direitos da Cidadania – CENEDIC da Universidade de São Paulo. E-mail para contato: thaispavez@gmail.com. Financiamento: CNPq. Processo 142545/2011-2 /Projeto 870223/1997-6



Tempo pá pensar/ Quer parar/ Que se qué?/ Viver pouco como um rei/ Ou então muito, como um zé
("Vida loka", RACIONAIS MC's, 2002).

INTRODUÇÃO

Chegamos em um sábado à tarde no bairro da Brasilândia, na Zona Norte de São Paulo, poucos meses antes da explosão de insatisfação que levou uma massa de jovens às ruas em junho de 2013.² Na primeira entrevista com Luís,³ então com 21 anos, o que veio à tona foi uma tensão ligada ao ir e vir entre a esfera do trabalho e a do crime, vivida pelos jovens do bairro. Tal movimento fazia que eles sentissem que estavam "no meio de uma corda", como declarou Luís. De um lado, o trabalho como auxiliar de motorista havia ajudado a dar certa estabilidade sem necessidade dos bicos e o havia "salvado" de se aprofundar no caminho do crime e do seu destino incontornável, sintetizado na expressão popular dos "3 Cs": Cadeia, Cadeira de rodas ou Cemitério. Por outro lado, sentia-se insatisfeito com o salário baixo, o consumo em parcelas era lento e não se comparava ao que conseguiria *ter* com o "dinheiro fácil" das atividades ilícitas. Além disso, o deslocamento no transporte urbano tornava a rotina extenuante e insuportável, e era descrito como desumano e doloroso do ponto de vista psíquico. Ele enfrentava xingamentos e atritos cotidianos nesse espaço em que as pessoas viajavam "espremidas" entre os ferros e onde as tentativas de roubo ou furto eram resolvidas pelas próprias pessoas, muitas vezes com uso da violência. Na conclusão do jovem, o trabalho não dava "certo", mas também não dava "errado", encarando a trilha do assalariamento com expectativas rebaixadas e pragmatismo.

Na mesma entrevista, Luís nos relatou as vicissitudes vividas pelos jovens em um enredo que se iniciava com as maneiras de conseguir dinheiro que levavam ao crime. Nosso interesse se direcionou no sentido de entender por que os jovens se arriscariam no caminho que levava aos "3 Cs" e, em muitos casos, à redução drástica do tempo de vida. Espontaneamente, Luís explicou que o dinheiro permitia a eles "*mostrar* que têm poder". O que nos chamou a atenção foi a ideia de ter um

2 O presente artigo origina-se em pesquisa de doutorado desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade de São Paulo (USP), cujo objetivo era o estudo do comportamento político dos jovens periféricos no contexto lulista e que tinham um contato direto ou indireto com atividades ilícitas. O estudo foi realizado por meio de entrevistas em profundidade e coletas de depoimentos orais com jovens de 16 a 24 anos de idade, moradores da Brasilândia, na Zona Norte de São Paulo, entre março de 2013 e novembro de 2014. Foram realizadas também acompanhamentos e observações em distintos espaços da vida cotidiana dos jovens ao longo do período da pesquisa.

3 Os nomes dos jovens entrevistados e citados no artigo foram alterados.

poder para mostrar, que se associava frequentemente a um mecanismo social de “espelhamento” e a um *ethos* de aposta. Diante daqueles que se arriscavam na “vida errada” e conseguiam dinheiro para consumir e para mostrar – ter motos, carros, chácaras, bebidas caras, relógios, roupas de grife etc. –, os outros jovens se “espelhavam”, expressão usada pelos próprios entrevistados.

Nas narrativas, cada sequência de exibição de objetos de consumo era seguida pelo olhar dos outros jovens, em geral mais novos, que invejavam e se “espelhavam” no sujeito. O espelhamento revelava um mecanismo de identificação baseado em querer ou poder colocar-se na mesma situação, que insuflava essa imaginação de riqueza. O que saltava aos olhos, nessa identificação, eram as duas posições projetadas pelo espelho: de um lado, o jovem que ostenta e, por isso, alcança uma posição de superioridade; do outro, o jovem que inveja e sente sua imaginação atizada pela miragem de poder. É essa posição de poder e os sentimentos de superioridade, dados pelo comportamento de exibição de objeto, seguidos pela identificação e pela resposta invejosa, o que caracterizava o fenômeno da ostentação.

Em princípio, é a inveja que mobiliza o invejoso no sentido de alcançar os bens exibidos (Kehl, 2011). O despertar da inveja no outro é o que nas letras do *funk* e no senso comum passou a ser conhecido como “recalque”. Ao ser despertado por uma posição de poder e de superioridade alcançada pela ostentação, semelhante à de um “rei” na imaginação, o recalque inflige sentimentos de inferioridade e de ressentimento. Ao se tratar de uma dinâmica que se dá entre sujeitos da mesma classe e pelo caráter efêmero da ostentação, é plausível supor que os jovens periféricos viviam frequentemente as duas posições: a de ostentar e se sentir poderoso, e a do recalque. Além disso, o fato dessas posições terem se tornado expressões populares e entrado no repertório cultural do *funk* revela a ampla disseminação e generalização dessas experiências sociais e subjetivas.

Ainda temos que acrescentar que a expectativa de consumo ignora as fronteiras das parcelas de crédito, pois se trata de um desejo ilimitado, que se expressa por exemplo na listagem recorrente de objetos e marcas das letras do *funk* ostentação. Na contramão da experiência de ser espremido cotidianamente e de se limitar ao consumo estreito em parcelas, espaços ilimitados de consumo eram estimulados na imaginação. Desse ângulo, o dinheiro permite uma recompensa imediata. Na narrativa de Luís e de outros jovens, o caminho para obter “o dinheiro fácil” era uma vida de momentos, que não trazia nenhuma certeza ou estabilidade em relação ao futuro. E, como sempre ressaltavam, o dinheiro também ia embora facilmente para satisfazer os desejos de consumo. Esse aspecto efêmero envolvia um sentido de aposta e, portanto, um princípio aventureiro e de jogo em que, se sabia, podia

dar tudo errado, mas que, diante da vida humilhante do trabalhador reduzido à sua experiência cotidiana, valia a pena ser arriscado como última saída, ao rejeitar a vida de “zé” e tentar a “vida loka”.

Havia nesses depoimentos uma evidente exasperação que se acumulava diante de uma experiência de vida labiríntica, em que os caminhos percorridos levavam a lugar nenhum, a menos que um golpe de sorte os tornasse ricos. Pensamos, então, que em função desse princípio de aposta criou-se um sistema simbólico representado em imagens associadas aos jogos de azar: dados, baralhos, coringas multiplicavam-se em tatuagens, grafites e imagens postadas nas redes sociais. O *ethos* de aposta acompanhava a vida no crime e a prática de atividades ilícitas, e portanto definia também a “vida loka”, cujo controle escapava inteiramente ao sujeito.

Mas a ostentação, o espelhamento e o *ethos* de aposta nos mostram ainda algo mais, que se revelou fundamental para as hipóteses aqui apresentadas. Eles evidenciam que a tensão descrita pelos jovens sugere um princípio mais profundo que organizava as experiências vividas, a imaginação e as expectativas dos jovens, e que os impulsionava a circular entre o lícito e o ilícito, conforme foi possível constatar. Da tensão das duas posições, a do trabalhador transformado num zé e a do rei que ostenta, surgia uma sequência de oposições nos relatos. De um lado, a rotina estafante, o salário baixo, o consumo a conta-gotas e uma redução drástica de horizontes de vida; de outro lado, a “gozolândia”, como nomeou Luís, o consumo possibilitado pelo dinheiro que vinha do crime e uma redução drástica do tempo de vida ou de liberdade. De um lado, uma vida aquém dos desejos estimulados na imaginação pelo espelhamento social e o sentimento de impotência; de outro, o consumo sem limite, o poder e uma vida curta. A violência cotidiana, a violência ostensiva da vida no crime.

Ambas as posições, como já havíamos notado, eram perfeitamente intercambiáveis, e todos os jovens circulavam entre elas. Experimentaremos aqui a conjectura de que o revezamento entre ostentação e recalque é consequência da generalização da mediação social do dinheiro nos anos 2000, que passou a moldar as relações sociais no cotidiano e fez emergir o consumo como uma forma de vida comum, que conecta mercados legais e ilegais nas periferias, conforme a constatação de estudos sociológicos recentes, em particular nas teses desenvolvidas pelo sociólogo brasileiro Gabriel Feltran (2014).

A hipótese central defendida neste artigo é de que os sentimentos de desvalorização e de ressentimento que vinham das experiências cotidianas e do mundo do trabalho impeliavam os jovens ao polo oposto, o da “vida loka”. Diante da repetição dessas experiências e da espoliação diária no transporte público, e sem qual-

quer horizonte de mudanças nessas condições de vida, os jovens se mostravam dispostos a tentar a sorte e enfrentar os riscos do crime pela experiência, ainda que momentânea, de ter dinheiro e acesso ao consumo, e sobretudo à ostentação.

Fazendo uso ativo da imaginação, vivia-se assim uma *dialética insolúvel* entre sentimentos de onipotência e desejo ilimitado de poder e sentimentos de impotência, que *se expandiu pelas margens da sociedade pelo vetor do dinheiro*. Esse movimento de ir e vir entre os polos da ostentação e do ressentimento, de acordo com autores como Christopher Lasch (1986), Richard Sennett (2006) e Anselm Jappe (2021), entre outros, serve de base ao narcisismo primário que caracteriza a “nova cultura do capitalismo” e se expande por ela, junto com a mediação social do dinheiro e o consumo.

Na primeira parte deste artigo, introduziremos aspectos das transformações do capitalismo, particularmente em relação a sua face neoliberal, e as mudanças sociais que resultaram na ampliação do narcisismo e do desejo de onipotência ilimitada por meio do consumo. Em seguida, abordaremos as reflexões sobre a generalização mais recente da mediação social do dinheiro entre as classes populares no Brasil à luz das teses de Anselm Jappe sobre a expansão contemporânea da lógica da mercadoria e do princípio unificador do dinheiro, como vetor do paralelo proposto pelo autor entre fetichismo da mercadoria e narcisismo. Por fim, na terceira parte, desdobramos as hipóteses enunciadas para responder às perguntas formuladas no artigo sobre a organização e o funcionamento da dialética da ostentação e do recalque entre jovens periféricos.

UM MUNDO DE ESPELHOS

Existe relativo consenso na literatura em apontar o final dos anos 1960 e início dos anos 1970 como um divisor de águas na história do capitalismo contemporâneo. Os anos que se sucederam aos acontecimentos políticos de maio de 1968 foram marcados por uma profunda reestruturação dos processos de produção e das linhas de produtos como resposta à crise de acumulação do capital no final do período fordista.

De acordo com Wolfgang Streeck (2018), em função da “revolução microeletrônica” que reduziu os ciclos de produção e eliminou postos de trabalho, do deslocamento de empresas e das linhas de produção para áreas geográficas favoráveis do ponto de vista da exploração da mão de obra, e da flexibilização e da precarização dos empregos, foi possível personalizar as mercadorias do mundo fordista em larga escala e em séries subdivididas segundo nichos específicos de mercado. Desse modo, argumenta Streeck, o projeto neoliberal de sociedade,

enquanto sociedade de consumo, garantiu ao mesmo tempo ampla adesão social e aumentou o valor agregado da produção industrial. Por meio da personalização das mercadorias – que aproximou os produtos das preferências dos consumidores – e da aceleração da sua obsolescência, o neoliberalismo criou uma poderosa onda de comercialização em escala global.

Essa expansão em escala mundial do consumo de produtos personalizados se apresentou de forma expressiva na produção de automóveis, bens de luxo (relógios, perfumes etc.) e de moda. Nesse sentido, o autor destaca a espetacular ascensão de duas empresas: a Puma e a Adidas. De produtores locais que vendiam uma limitada linha de tênis de futebol e corrida, ressaltou, transformaram-se em empresas multibilionárias que passaram a vender desde uma grande quantidade de modelos de tênis até itens de luxo como perfumes e outros produtos de moda. Para Streeck, o caso da transformação no mundo do esporte, na passagem de um *ethos* de ascetismo a um de “narcisismo consumista”, nas suas palavras, de fato reflete a mudança social mais geral da globalização do moderno mercado de consumo. Em particular, na formação de uma nova cultura.

Richard Sennett, em seu livro *The Culture of the New Capitalism* (2006), buscou interpretar as transformações do capitalismo a partir da década de 1970 e as consequências da globalização do consumo de massa. O autor outorga especial centralidade às marcas na magnificação das pequenas diferenças entre produtos standardizados e com valor de uso semelhante, desvendando seu funcionamento no plano do imaginário social. Na sua explicação, a magnificação das pequenas diferenças deflagrada pela marca ocorre no plano da imaginação, produzindo o que Sennett nomeou de “paixão do consumo”, em que ganham destaque elementos acessórios dos produtos em relação ao seu valor de uso, a exemplo do desenho, da experiência, das imagens e das associações com um determinado perfil de consumidor. Nesse processo, na tese de Sennett, ocorre uma inversão: a participação imaginativa do consumidor assume o lugar do concreto, pois a marca deve impressionar mais do que a própria coisa, alcançando dimensões ilimitadas de desejo.

No fulcro dessa dinâmica, destaca também o autor, encontra-se a ideia da potência (capacidade de armazenagem do produto, velocidade etc.) como algo que pode ser comprado. Ao mesmo tempo, a paixão pelo consumo ativa uma dinâmica autodestrutiva. Ela se autoconsome na medida em que encontra seu auge no momento de antecipação do que se deseja consumir para, em seguida, desmanchar-se no uso cotidiano do produto, e depois ser estimulada novamente com o desejo de consumo seguinte. Esse aspecto instável observado por Sennett é uma das bases do narcisismo na sociedade e da nova cultura do capitalismo.

Publicados respectivamente nos Estados Unidos em 1979 e 1984, os trabalhos de Christopher Lasch intitulados *A cultura do narcisismo* e *O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis* apresentaram uma interpretação da sociedade norte-americana dos anos 1960-1980, adiantando tendências que se generalizaram nas sociedades profundamente transformadas pelo neoliberalismo em relação aos sinais de um crescente narcisismo fundamental. Para compreender essas mudanças, Lasch propõe que em um mundo que se desmorona ao transformar amplas parcelas da população trabalhadora em uma massa economicamente supérflua – em função do desemprego e da eliminação crescente de postos de trabalho pela tecnologia –, o “eu mínimo” ou narcisista surge como uma defesa diante da adversidade, mas não só. Origina-se também, resalta o autor, pela substituição de “um mundo confiável de objetos duráveis por um mundo de imagens oscilantes que torna cada vez mais difícil a distinção entre realidade e fantasia” (Lasch, 1986, p. 13) e que passou a caracterizar o “fantástico mundo das mercadorias” em expansão (Lasch, p. 21).

De acordo com Lasch, diante desse mundo em que são ofuscadas as percepções dos indivíduos em relação a si próprios e ao mundo que os rodeia, e em que a experiência é recorrentemente invadida por imagens e fantasias, o consumo estimula um novo tipo de autoconsciência. O consumidor, nas palavras do autor, passa a avaliar-se em face dos outros, e mais, *passa a reconhecer a si mesmo por meio dos olhares alheios*. Assim, explica, o sujeito “aprende que a autoimagem projetada conta mais que a experiência e as habilidades adquiridas. Uma vez que será julgado (...) em virtude de suas posses, suas roupas e sua ‘personalidade’” (Lasch, p. 21).

Nesse sentido, o mais notável e também mais importante fenômeno da produção de mercadorias e do consumo é que eles alteram as percepções do eu e do seu mundo exterior, criando “um mundo de espelhos de imagens insubstanciais, de ilusões cada vez mais indistinguíveis da realidade. O efeito espetacular faz do sujeito um objeto; ao mesmo tempo, transforma o mundo dos objetos numa extensão ou projeção do eu” (Lasch, p. 22). De tal maneira, o eu rodeado por fantasias vive em um mundo que não dispõe de existência objetiva ou independente, e parece existir somente para satisfazer seus desejos.

Pode-se dizer, segundo Lasch, que as condições do relacionamento social cotidiano em sociedades que se baseiam na produção e no consumo de massa estimulam uma atenção inédita nas imagens e impressões superficiais, ao ponto de que o eu “torna-se quase indistinguível da sua superfície” (Lasch, p. 21). Neste ponto, o autor afirma que a pressão formada na sociedade de consumo para que os sujeitos se espelhem no olhar dos outros faz o papel de “moldar” o eu como mais uma mercadoria disponível no mercado aberto.

Em síntese, a tese central de Lasch é que a cultura organizada em torno da nova cultura do capitalismo estimula o narcisismo, que é definido em um sentido amplo pelo autor como a disposição de ver o mundo como um espelho, como uma projeção dos próprios desejos e medos. O fato de os indivíduos terem passado de modo crescente a apresentar essas disposições é explicado pela dependência de um mundo labiríntico de complexas burocracias, de sobrecarga de informações e interligado por sistemas tecnológicos, cujo funcionamento está fora do alcance da sua compreensão.

Do ponto de vista subjetivo, a completa dependência do consumidor desses sistemas intrincados e da avaliação do olhar dos outros, num mundo que é concebido como a extensão de si e dos seus medos e desejos, reproduz padrões orais enraizados em uma fase anterior ao desenvolvimento emocional, quando a criança depende completamente do seio materno. Desse modo, para Lasch, “o consumidor percebe o mundo circundante como uma espécie de extensão do seio, alternadamente gratificadora e frustrante; reluta em conceber o mundo a não ser em conexão com suas fantasias” (Lasch, p. 25) e como imagens de possibilidades ilimitadas. Em síntese, é plausível dizer que o narcisismo se caracteriza entre outras coisas por uma espécie de oscilação constante. Na formulação de Anselm Jappe, como veremos a seguir, o narcisismo se definiria também por uma espécie de dialética insolúvel entre sentimento de onipotência e desejo ilimitado de poder e o sentimento de impotência, da qual depende a condição do indivíduo narcísico.

Partimos da descrição e conceitualização de Lasch sobre o narcisismo na cultura capitalista contemporânea como uma introdução por ela ter servido de base para a formulação das teses de Anselm Jappe sobre o paralelismo entre o narcisismo e o fetiche de mercadoria, e suas consequências sociais deletérias na fase neoliberal do capital. Em seu livro *A sociedade autofágica: capitalismo, desmesura e autodestruição* (2021), Jappe indaga sobre os moldes em que se encontra “vertida a vida social”, que levaria, segundo Lasch, o eu a se tornar mais uma mercadoria disponível no mercado.

A tese de Jappe é que narcisismo e fetichismo são duas faces da mesma forma social, que se expressa na forma-sujeito moderna e constitutiva de uma figura histórica particular. Na explicação do autor, a expressão “forma-sujeito” indica uma forma *a priori* à qual o comportamento social e a consciência devem “se moldar” para que o indivíduo seja reconhecido como um “sujeito”, revelando uma forma de dominação de estruturas impessoais sobre a sociedade exercida pela mercadoria, difícil de circunscrever, como reconhece o autor, e que estaria em um nível distinto do patamar da dominação de certos grupos sociais sobre outros.

Em termos gerais, como vimos, o narcisismo se caracteriza por uma certa *ausência* de mundo, que existe apenas como projeção dos desejos e medos e realização de fantasias. Por isso, nesse mundo de espelhos, o eu não concebe a autonomia dos objetos e age para ser, sobretudo, admirado à luz do olhar dos outros. Desse modo, não concebe também relações iguais com as outras pessoas, pois é dirigido, ainda que inconscientemente, pela dialética da onipotência e da impotência.

Na hipótese de Jappe, esse solipsismo radical da forma-sujeito moderna pode ser ampliado para a sociedade capitalista em geral, enquanto uma “sociedade alicerçada no valor e no trabalho abstrato, na mercadoria e no dinheiro” (Jappe, 2021, p. 159). O valor mercantil, propõe, consiste igualmente em uma espécie de “aniquilação do mundo” (Jappe, p. 159) do ponto de vista dos seus efeitos, pois o valor das mercadorias, necessário para acumulação de capital, reconhece apenas quantidade e não qualidade. Com efeito, a produção de valor na sociedade capitalista vincula-se ao trabalho abstrato, que implica o apagamento de qualquer particularidade própria do trabalho concreto ou de atividades humanas em geral.

O empobrecimento do mundo é drástico sob a lógica do valor. As atividades humanas são reduzidas a simples gasto de energia calculado em tempo, destituídas de diferenças específicas e indiferentes ao seu conteúdo. Na exemplificação de Jappe, do ângulo da produção do valor, não importa se estão sendo produzidos bombas ou brinquedos. Essas mercadorias devem ter algum valor de uso, mas elas são perfeitamente intercambiáveis. Desse modo, a lógica do valor “consiste em uma gigantesca *reductio ad unum*, em um apagamento de todas as particularidades que formam o verdadeiro tecido da existência humana e natural. A lógica do valor gera uma *indiferença* estrutural para com os conteúdos da produção e o mundo em geral” (Jappe, p. 160). Nesse sentido, o dinheiro tem o papel de expressar essa equivalência universal, como lado visível do valor, cujo fim é a reprodução infinita de si mesmo com vistas a aumentar determinado montante de dinheiro. Não se orienta a satisfazer nenhuma necessidade concreta. Desse modo, trata-se de um movimento tautológico, que vai do mesmo para o mesmo: o aumento de capital é reinvestido para se ter um novo aumento, e assim sucessivamente.

Em relação, portanto, ao paralelismo com o narcisismo, destaca-se em primeiro lugar a drástica redução do mundo real: do ponto de vista do valor, o mundo e suas qualidades não existem. Trata-se de uma lógica radicalmente empobrecedora que se assemelha à lógica narcísica. Na explicação de Jappe, o narcísico reproduz essa lógica em sua relação com o mundo, na medida em que a única realidade é o seu eu, que quase não tem qualidades próprias, pois não se enriqueceu das relações objetivas nas relações sociais com outros. Ao contrário, *o eu mínimo está*

rodeado de imagens de si mesmo. Esse aspecto retoma nossa afirmação de que o desejo de consumo ilimitado por bens de luxo é ativado no plano do imaginário, envolvendo um conjunto de produções, mentais ou materializadas em obras, com base em imagens visuais, símbolos, relatos, que se expressam em tatuagens, nos vídeos do *funk* ostentação etc., e se expandem pelo mecanismo do espelhamento.

Em segundo lugar, o narcísico tenta se estender ao mundo inteiro e reduzi-lo a uma representação de si mesmo. Nesse processo, surge uma representação cujas figuras são inessenciais, passageiras e intercambiáveis. Por fim, dada a lógica basculante da dialética da onipotência e da impotência, o narcísico nunca está verdadeiramente satisfeito e é obrigado, portanto, a repetir sistematicamente ações no mundo para se autovalorizar. Assim, Jappe conclui: “O mundo exterior – a partir do próprio corpo orgânico – não tem mais consistência para o narcísico do que o valor de uso para o valor” (Jappe, p. 160).

A partir da década de 1970, segundo Jappe, o neoliberalismo teria deflagrado um processo de universalização da forma-sujeito, caracterizada pelo isomorfismo da dupla estrutura fetichista e narcisista, tornando o consumo o modo de vida em comum. O pano de fundo desse processo histórico é explicado pelo fato de o valor (trabalho, dinheiro, mercadoria) ser um princípio de síntese social na sociedade capitalista. Nas palavras de Jappe, “trata-se do princípio unificador graças ao qual os indivíduos e seus produtos materiais e imateriais – que, enquanto tais, estão separados e são incomensuráveis – podem compor as partes de um coletivo que assegura a mútua satisfação das necessidades” (Jappe, p. 27).

Para refletir sobre o processo de universalização da lógica da mercadoria na forma-sujeito com a implantação do neoliberalismo, introduziremos as teses desenvolvidas pela crítica social brasileira sobre o prolongamento dessa lógica nas margens da sociedade.

NA MARGEM, DEUS TAMBÉM É UMA NOTA DE 100

Os trabalhos do sociólogo Gabriel Feltran analisaram as transformações nas periferias urbanas brasileiras deste século por meio do método etnográfico, revelando e traduzindo a experiência cotidiana dos seus moradores. Em seu artigo, publicado em 2014, “O valor dos pobres: a aposta no dinheiro como mediação para o conflito social contemporâneo”, Feltran propõe que o dinheiro teria passado a mediar as relações e os conflitos sociais, e o consumo teria emergido como uma “forma de vida comum”, num contexto em que a expansão mercantil englobou e conectou mercados legais e ilegais.

Como se sabe, desde meados dos anos 1980, passaram a ser registradas nas metrópoles contemporâneas intersecções entre os mercados formais e os mercados informais, ilegais ou ilícitos, que envolviam uma contínua circulação dos trabalhadores urbanos entre essas esferas, oscilando entre empregos precarizados, atividades ilícitas, “bicos”, desemprego, tráfico etc. (Telles, 2006; Telles, Hirata, 2007). Num contexto de crise de acumulação capitalista, de reestruturação produtiva do capital e de reformas neoliberais do Estado, a ruína do mundo do trabalho, que, no caso brasileiro, mal havia chegado a se constituir, restabeleceu a rotatividade e a intermitência das ocupações em larga escala.

Na década seguinte, com o ingresso do país no mercado de consumo global, acompanhado da curva ascendente de desemprego, a taxa de homicídios nas periferias das grandes cidades elevou-se de forma extraordinária em função da guerra travada entre facções do crime e policiais pelo varejo do mercado de drogas, que passou a se estruturar nas periferias das grandes metrópoles (Rui; Feltran, 2015). Diante do acúmulo de sofrimento social causado pela violência e pelo desemprego, a expansão dos mercados ilegais foi acompanhada também pelo crescimento do mercado religioso, em particular das igrejas neopentecostais que se organizam sob uma lógica negocial (Mariano, 2008). Dessa maneira, a intersecção de mercados legais, ilegais e ilícitos levou a uma ampliação da circulação de dinheiro nas margens.

Nesses primeiros anos do século XXI, essa ampliação da circulação monetária nas margens sociais teria se acentuado em função das políticas de incentivo ao consumo e de transferência monetária, que ganharam escala no período lulista, acompanhadas pelo acesso ao crédito, pela valorização do salário mínimo e pela ampliação de empregos formais precarizados.

Na hipótese aguda de Feltran (2014), a integração das classes populares ao mercado como projeto político fundamental teria expandido a lógica mercantil pelo vetor da monetarização, reforçando a integração do ponto de vista do valor entre mercados legais e ilegais, “o que produz uma forma de vida comum, desejável por todos, centrada na expansão do consumo. Se são figurados como vivendo em universos morais distintos, trabalhadores e bandidos trocam bens e serviços monetarizados entre si” (Feltran, p. 497).

O autor afirma ainda que, “como o dinheiro circula *indiferenciadamente* por mercados legais, ilegais ou ilícitos, a expansão mercantil conecta estes sujeitos” (Feltran, p. 498, grifo nosso), tanto aqueles que participam do crime, como trabalhadores da chamada “classe C” e públicos-alvo dos programas de transferência monetária. Pode-se dizer, segundo Feltran, que esse princípio unificador em que

os indivíduos e seus produtos materiais e imateriais passam a compor parte de um coletivo, costurado cotidianamente pela circulação do dinheiro, aproximaria inclusive parcelas extremas da sociedade sob a lógica do consumo e da valorização do sucesso: “*playboys* e manos adoram as mesmas motos e carros (...) e respeitam a riqueza como signo de status” (Feltran, p. 497).

Além disso, o dinheiro teria passado a ser o principal mediador dos conflitos sociais. Ao dar como exemplo os acordos entre policiais e traficantes, Feltran assegura que o dinheiro “é objetivamente elevado ao estatuto de forma mediadora entre grupos populacionais em conflito, suplantando em muito a legitimidade da lei e da moral, que invariavelmente os afastariam” (Feltran, p. 497).

Em uma tentativa de aproximação com as teses de Jappe, é possível notar nos argumentos expostos o aspecto de princípio síntese da lógica da mercadoria, que passa a unificar e mediar as relações entre os grupos sociais nas periferias. Ao desdobrarmos essa observação, é justificável dizer que o vetor do dinheiro, como expressão visível do valor, expandiu a forma-sujeito caracterizada pelo paralelismo entre narcisismo e fetiche da mercadoria, proposta por Jappe. Além do fato notável descrito por Feltran, de que o dinheiro circula indiferentemente por mercados legais e ilegais, característico da lógica do valor que, como vimos, é indiferente em relação ao conteúdo das mercadorias, o dinheiro é também vetor do narcisismo. De acordo com Jappe, isso se deve a sua potência impessoal e de equalização, mas não só: “o dinheiro dá ao indivíduo um poder absoluto e todas as qualidades, transforma a impotência em onipotência, apaga as qualidades específicas dos objetos e das pessoas” (Jappe, 2021, p. 167).

Desse modo, na nossa hipótese, a expansão do narcisismo via vetor monetário teria passado a moldar o comportamento dos jovens num mundo reconfigurado pela implantação do neoliberalismo e a expansão universal do consumo como forma de vida em comum. A ostentação, produto desse processo, teria levado à disseminação da dialética de potência e onipotência, que está na base do narcisismo. Além disso, a ostentação responde a uma imposição impiedosa de que o sujeito seja reconhecido como tal num mundo de mercadorias em expansão.

Ao transformar os sujeitos em consumidores, estes *devem* encontrar formas de ter dinheiro e exibir objetos luxuosos e valorizados, e portanto existir diante do olhar alheio, num mundo de espelhos. No caso dos jovens periféricos, e em função das enormes desigualdades sociais, ser levado a existir via monetarização envolve uma forte tensão que os impele a ir e vir entre mercados ilegais, ilícitos e legais, entre uma alternativa autossacrificial, o destino dos “3 Cs” na “vida loka”,

e uma vida de impotência diante de desejos de consumos ilimitados e horizontes de vida rebaixados.

Vimos até aqui um conjunto de experiências vividas em comum que delimitam uma posição geracional entre jovens periféricos,⁴ que nascem sob as transformações do neoliberalismo no país e passam à vida adulta no momento de expansão da lógica mercantil, conectando mercados legais e ilegais, produzindo uma forma de vida comum e desejável, centrada na expansão do consumo. Adotando agora o enfoque sociológico do problema geracional, dirigiremos nossa análise para os vínculos mais concretos quanto à presença circunscrita a um determinado contexto sócio-histórico e, portanto, em relação a experiências latentes em comum. Nesse sentido, forças mobilizadoras e constitutivas de referências históricas e culturais têm papel fundamental na definição das gerações e na conexão geracional, como foi tipicamente a do *rap* no Brasil na década de 1990.

Weller (2010) explica que as tendências formadoras de uma geração se expressam nas motivações presentes nas ações e expressões de um determinado grupo de jovens, a exemplo das manifestações artísticas. Comentarei, a seguir, os elementos que caracterizam a conexão geracional desses jovens periféricos a partir das referências culturais, em particular do *rap* e do *funk* ostentação, como uma prática coletiva, buscando refletir sobre as profundas mudanças na atmosfera cultural predominante contemporaneamente entre as classes populares que se dá com a disseminação da dialética da ostentação e do recalque.

É justificável afirmar que no ensaio “A fratria órfã: o esforço civilizatório do *rap* na periferia de São Paulo”, publicado em 2008, a psicanalista Maria Rita Kehl analisa os elementos formadores de uma geração de jovens periféricos, que estabeleceram um vínculo por meio do movimento cultural do *rap*. Liderado pelos Racionais MC’s, as músicas se referem às experiências vividas em comum pelos jovens nas regiões mais pobres das metrópoles a partir da década de 1990. Segundo Kehl, a interação entre a multidão de jovens pobres, “os manos”, e os grupos de *rap* que os representam centrou-se no sentimento de identificação com o relato da vida na periferia.

4 Karl Mannheim introduziu o problema geracional no âmbito da sociologia contemporânea em sua obra *Das Problem der Generationen*, de 1928, e em artigos desenvolvidos posteriormente, buscando ressaltar seu singular valor de revelação na investigação empírica dos problemas sociais. Nas interpretações dos trabalhos de Mannheim feitas por Sánchez de la Yncera (1993) e Weller (2010), o autor assume que os elementos de contemporaneidade de uma geração e da juventude vinculam-se às vivências dadas num determinado contexto sócio-histórico. Portanto, a situação geracional produz potencialmente experiências de vida semelhantes e delimita uma certa fronteira de ação e de acontecimentos possíveis.

As expressões empregadas recorrentemente nas letras dos Racionais, explica a autora, reforçam uma “atitude” de orgulho da raça negra e de lealdade com os irmãos. Com efeito, esse reforço da igualdade se expressa no tratamento de “mano” usado pelos jovens: “indica uma intenção de igualdade, um sentimento de fratria, o pertencimento a um mesmo campo de identificações *horizontais*” (Kehl, 2008, p. 68, grifo nosso). Desse modo, segundo Kehl, em última instância, a motivação das músicas é ampliar a “grande fratria” de excluídos, mobilizando a experiência de desamparo dos jovens periféricos urbanos, cruzando a posição geracional e de classe, e criando uma visão de mundo em comum, em que os problemas cotidianos são formulados em linguagem e expressões próprias que aparecem recorrentemente nas letras do *rap*, em uma espécie de “dialeto geracional”.

Entretanto, no início dos anos 2000, no contexto das transformações que levaram à circulação do dinheiro indiferentemente por mercados legais e ilegais, e após o lançamento do álbum “Sobrevivendo no inferno” (1997), houve uma mudança nas músicas dos Racionais, conforme notou Kehl. Além de introduzir alguns refrãos cantados como *funk*, as letras começaram a se centrar na “vida loka”, ou seja, no jovem que segue o caminho do crime como via rápida de acesso ao consumo. O narrador “fala a partir de uma outra lógica, de quem entende as razões dos que escolhem a via do crime, mas não se identifica com eles” (Kehl, p. 74). Seguindo a análise da autora, é possível notar que a integração numa forma de vida em comum centrada no consumo começa a ser formulada em termos de um dilema entre os caminhos disponíveis para a geração de jovens periféricos, tendo a “vida loka” como tema central.

No primeiro álbum lançado neste século, “Nada como um dia após o outro dia” (2002), em particular na música “Vida loka” (parte 2), distinguem-se duas posições que são figuradas da seguinte maneira: o rei (“vida loka”, crime, consumo e poder) e o zé (vida de trabalhador humilhado e ressentido). A despeito da expectativa do tempo de vida que as distinguem, essas personagens típicas das periferias metropolitanas têm em comum o fato de existirem (e serem criadas) sob a dominação de uma figura superior, onipotente e abstrata: o Deus-dinheiro.

Livres dessa abstração, idealiza a música, os jovens negros poderiam viver num mundo sem a mediação da mercadoria para satisfazer suas verdadeiras necessidades: “Às vezes eu acho/ Que todo preto como eu/ Só quer um terreno no mato/ Só seu/ Sem luxo, descalço, nadar num riacho/ Sem fome/ Pegando as frutas no cacho/ Aí truta, é o que eu acho/ Quero também/ Mas em São Paulo/ Deus é uma nota de 100, Vida Loka” (Racionais MC’s, 2002, grifo nosso). A letra nos diz muito claramente que, sem esse Deus-dinheiro, suas criaturas – o zé e o rei – também não existiriam. A “vida loka”, portanto, é uma consequência da expansão da lógica da mercadoria e do consumo.

Assim, se por um lado o *rap* dos Racionais nos anos 1990 figurava a experiência periférica nos “manos” e estimulava a identificação e a lealdade horizontal, nos anos 2000, de outro lado, as letras já começam a mostrar uma *cisão* dessa figuração a partir da dialética da ostentação e do recalque. Ressaltamos anteriormente que a ostentação se trata de uma disposição que orienta o comportamento social dos jovens no sentido da dialética da onipotência e da impotência, base do narcisismo.

A exibição do eu incrustado de marcas e de mercadorias de luxo busca o que os jovens chamam de “espelhamento”, isto é, uma imagem onipotente de si mesmo no olhar do outro igual de classe. Esse espelhamento lhe garante a existência como sujeito no mundo das mercadorias. Mas a confirmação da sua posição de superioridade depende do despertar do sentimento de inveja, do “recalque” e da identificação com a sua figura, que atia o desejo de consumo entre outros jovens. Portanto, a disposição da ostentação admite apenas relações desiguais, de superioridade e de inferioridade.

Nesse ponto, e tendo em vista as referências culturais que ganham força nos anos 2000, podemos dizer que houve uma profunda mudança nos movimentos geracionais com a disseminação do *funk* ostentação, que expressava a expansão da lógica da mercadoria nos seus elementos estéticos (letras, enredos etc.). Em seu artigo “*Funk* ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação” (2014), Alexandre Pereira apresenta seus resultados de pesquisa no momento em que o *funk* se disseminava amplamente nas periferias de São Paulo. Uma alteração significativa em relação ao *funk* carioca, conhecido também como “proibidão”, foi a passagem da exaltação a algumas facções para a ênfase na listagem de mercadorias e marcas que se exibem em imagens na internet na parte final do enredo.

No *funk* é cantado o que se quer mostrar. Por isso, a imagem e a exibição têm um papel fundamental. Muitas das músicas são produzidas tendo em vista a gravação de videoclipes em que se *mostram* iates, carros de luxo ou até mesmo montes de dinheiro. O autor destaca também o papel do uso ativo da imaginação para deflagrar a dinâmica da ostentação. Na análise das músicas do MC Boy do Charmes, por exemplo, Pereira sugere que o cantor “usa o mote da imaginação nas letras para, de certa forma, descrever ou apresentar o desejo por bens de consumo de alto valor e a necessidade de ostentá-los” (Pereira, 2014, p. 10).

UMA DIALÉTICA SEM SOLUÇÃO

Mas agora temos que acrescentar que o recalque e a ostentação, como já havíamos notado, eram posições perfeitamente intercambiáveis, e todos os jovens circulam entre elas. A experiência de trabalhador e a rejeição explícita dessa vida

pela via do crime envolvem também uma rejeição à humilhação e ao ressentimento que se acumula no cotidiano. Nos relatos de Luís e de outros jovens notamos que a constante circulação, o ir e vir, entre as esferas do lícito e do ilícito, do informal e do formal, é acompanhada por profundos sentimentos de insatisfação, de angústia, e por uma tensão que não alcança outros estágios ou um desenvolvimento posterior: não se dissolve.

Luís teve contato no início da adolescência com o crime por meio do irmão mais velho. Para se afastar das atividades ilícitas, começou a fazer “bicos”. Com quinze anos de idade, e após um bico num lava-rápido, conseguiu outro como auxiliar de um açougue na Zona Norte. Ao descrever seu cotidiano, ele o comparou com um filme de terror. O cenário era impregnado de sangue, inclusive na própria roupa, corpos esquartejados – muitas vezes em estado de decomposição – e uma série de instrumentos (facas, ganchos, machados) perigosos. Como o piso estava sempre molhado e com restos de animais, havia o perigo constante de queda com um instrumento cortante na mão. Diante das condições insalubres do trabalho, Luís era levado, para conseguir continuar sua rotina, a normalizar a própria aversão, recorrendo a uma atitude de “coragem”.

O dono do açougue assediava os funcionários por meio da intimidação para aumentar o tempo de trabalho não pago. Na ausência de leis que pudessem protegê-lo, ele contava somente com o “medo” que o chefe sentia do seu irmão, por ser do crime, para limitar em alguma medida a superexploração. Somava-se a isso a violência entre os próprios colegas de trabalho. Ele presenciou brigas e xingamentos, que chegaram a terminar em agressões físicas com facão. Luís saiu desse emprego para retornar às atividades ilícitas (assaltos, roubo etc.).

A despeito do dinheiro e do consumo, a tensão e a frustração no seu relato permaneceram. Dando como exemplo especificamente o trabalho no tráfico, ele destacou a posição de recalque dos mais novos, que viam muito de perto a ostentação dos “tops” e dos “gerentes” das “lojas”, como são conhecidos os pontos de venda de drogas. Os jovens eram tratados “como máquinas” e “descartados”, denunciou Luís, em função da altíssima rotatividade e da enorme massa de jovens disposta a enfrentar os “3 Cs” pelo dinheiro ganho no ponto.

Mas vamos retornar a nossa pergunta inicial, sobre os motivos que levariam os jovens a se arriscar nesse caminho, cujo destino era incontornável, destacando o trecho do relato que aponta a perspectiva – muito provavelmente acompanhada do medo e da angústia – de virar “uma pessoa descartada”. Podemos responder que a forte pressão exercida no âmbito social para o consumo via posse de bens materiais como condição necessária de existência na sociedade da mercadoria em

expansão produz um desespero diante do horizonte de ser socialmente descartado. Ou, dito de outro modo, de não existir.

Essa é a força motriz que leva os jovens a *apostar* na saída rápida pelo crime – atuando direta ou indiretamente por meio de relações afetivas – para, em seguida, “mostrar” um eu incrustrado de mercadorias luxuosas e de marcas diante do olhar alheio. Não é coincidência que uma das expressões populares mais frequentes citada pelos jovens periféricos nas entrevistas tenha sido: “Você é o que você tem”.

Como vimos, no crime eles sofrem o recalque, a superexploração e podem ser descartados, ainda que a sorte de ficar ricos justifique arriscar os “3 Cs”. Mesmo nos trabalhos formais precarizados, que proliferaram no período lulista, os jovens sentiam-se sem horizontes. Os entrevistados citavam que empregos como *telemarketing* ou atendentes de cadeias de *fast food*, e outros, eram vistos como trabalhos de quem “não vai dar certo na vida”, ou *sem futuro*. Neles, vivia-se também cotidianamente situações de humilhação. Essa perspectiva de horizontes rebaixados, portanto, não oferecia uma saída à angústia recorrente de necessitar existir, valorizando-se pela mercadoria exibida. Ao contrário, aprofundava os sentimentos de desvalorização, de humilhação e de impotência. Por isso, como destacado pelos jovens, ainda que os empregos estivessem inscritos na esfera do legal, não davam certo. As experiências descritas, portanto, sugeriam uma existência às cegas em todas as esferas pelas quais os jovens circulavam, tanto formais como informais e ilícitas.

Retomando as ideias de Anselm Jappe, podemos afirmar que o recalque se aproxima do ressentimento, emoção característica da sociedade de consumo, que se centra na frustração e nos sentimentos de inadequação permanente devido aos desejos que nunca são verdadeiramente satisfeitos. Ao analisar os sentimentos de raiva associados ao ressentimento, Jappe afirma que eles se conectam diretamente à certeza que o sujeito tem da sua própria superficialidade. Daí, explica o autor, “a impressão de não existir no mundo” (Jappe, 2021, p. 270). Assim, a dialética da ostentação e do recalque era impulsionada pela angústia permanente de uma vida às cegas; e a angústia de serem descartados levava, na sua forma mais extrema, ao autossacrifício de uma geração de jovens da periferia.

CONCLUSÃO: DA DESTRUIÇÃO E DA SALVAÇÃO

Vimos que a dialética da ostentação e do recalque se disseminou nas margens sociais como consequência da generalização da mediação social do dinheiro no início do século XXI e da expansão da sociedade do consumo neoliberal, que conectou mercados legais e ilegais nas periferias. Nessa sociedade reconfigurada

pelos fundamentos do valor e do narcisismo, os jovens passaram a ser impelidos, dentro da lógica basculante da onipotência e da impotência, a exibir um eu incrustado de marcas e de objetos de luxo para serem reconhecidos como sujeitos num mundo de mercadorias em expansão. Esse movimento deu conteúdo social às letras e enredos do *funk* ostentação, que reafirmava o sentido do espelhamento e as posições do eu onipotente e do outro igual de classe invejoso.

Ao rejeitar a vida do trabalhador, humilhado, com expectativas reduzidas e desejos de consumo permanentemente insatisfeitos, os jovens apostavam na “vida loka”, no crime ou na prática de atividades ilícitas, cujo controle escapava inteiramente aos sujeitos. Apesar de o destino ser incontornável, envolvendo muitas vezes a redução drástica do tempo de vida ou de liberdade, a aposta na “vida loka” era motivada pela perspectiva desesperadora de serem socialmente descartados e pela angústia permanente que decorria dessas experiências e permeava todas as esferas do revezamento entre ilícito, legal e ilegal.

Para concluir, retomando a dialética da ostentação e do recalque que não se resolve, vimos como ela envolvia um ato sacrificial dos jovens. Entretanto, na nossa pesquisa, descobrimos que um quarto “C”, o da conversão, reconfigurava os polos desse movimento entre a destruição e a salvação. As pregações das igrejas evangélicas, muito disseminadas nas periferias urbanas, ofereciam “livramentos” e faziam revelações futurísticas. A salvação envolvia sempre o livramento de um dos outros “3 Cs”.

Assim, é por meio da antecipação das imagens da própria destruição ou da destruição de um ser querido, e pela intensificação do desespero, que era feita a conversão. Sobre a natureza da conversão e da angústia dos sujeitos descartáveis, Juliano Spyer (2020, p. 157) sugere que as igrejas evangélicas atuam junto das pessoas que a “sociedade descartou”, oferecendo não só uma nova identidade como cristão, mas algo mais: uma cidadania mediada pela espiritualidade, um lugar numa “comunidade imaginada”. Fica para as próximas pesquisas compreender o impacto dessa comunidade imaginada na ideia de uma nação cristã diante das sequências de crises do capital e do aprofundamento da lógica neoliberal, que continua a impelir os jovens a uma dialética destrutiva.

BIBLIOGRAFIA

- FELTRAN, Gabriel (2014). O valor dos pobres: a aposta no dinheiro como mediação para o conflito social contemporâneo. *Caderno CRH*, Salvador, v. 27, n. 72, p. 495-512.
- JAPPE, Anselm (2021). *A sociedade autofágica: capitalismo, desmesura e autodestruição*. São Paulo: Elefante.

- KEHL, Maria Rita (2011). *Ressentimento*. 4ª ed. São Paulo: Casa do Psicólogo.
- KEHL, Maria Rita (2008). *A fratria órfã: conversas sobre a juventude*. São Paulo: Olho d'Água.
- LASCH, Christopher (1986). *O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis*. São Paulo: Brasiliense.
- MARIANO, Ricardo (2008). Crescimento pentecostal no Brasil: fatores internos. *Revista de Estudos da Religião*, p. 68-95.
- PEREIRA, Alexandre (2014). *Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação*. *Revista de Estudos Culturais USP*, n. 1.
- RUI, Taniele; FELTRAN, Gabriel (2015). *Guerra e pacificação: palavra-chave do conflito urbano contemporâneo*. Nota do Comitê de Migrações e de Deslocamento da Associação Brasileira de Antropologia.
- SENNETT, Richard (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- SPYER, J (2020). *Povo de Deus: quem são os evangélicos e por que eles importam*. São Paulo: Geração Editorial.
- STREECK, Wolfgang (2018). *Tempo comprado: a crise adiada do capitalismo contemporâneo*. São Paulo: Boitempo.
- STREECK, Wolfgang (2016). Citizens as costumers: Considerations on the New Politics of Consumption. In: *How Will Capitalism End? Essays on a Failing System*, p. 95-112. London: Verso.
- TELLES, Vera (2006). Mutações no trabalho e experiência urbana. *Tempo Social*, revista de sociologia da USP, v. 18, n. 1.
- TELLES, Vera; HIRATA, Daniel (2007). Cidade e práticas urbanas: nas fronteiras incertas entre o ilegal, o informal e o ilícito. *Estudos avançados*, v. 21, n. 61.
- WELLER, W (2010). A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim. *Revista Sociedade e Estado*, v. 25, n. 2.
- YNCERA, S (1993). La sociología ante el problema generacional: anotaciones al trabajo de Karl Mannheim. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, n. 62, p. 193-242.