

A APREENSÃO DO TEMPO E DO ESPAÇO PELO INDIVÍDUO CONTEMPORÂNEO: O ESPETÁCULO DAS MEGACIDADES

Eduardo Furtado

Bolsista PIBIC/FESPSP

Este artigo pretende retomar a discussão sobre a apreensão do tempo pelo indivíduo, que há décadas ocupa uma parte importante da Sociologia, ao apresentar uma nova visão sobre o tema. Nossa proposta vai contra a linha estabelecida, a saber, que ao indivíduo é oferecido, pelo modo de produção, um presente sempre contínuo, onde os eventos são desconexos entre si e, portanto, impedem a elaboração de uma narrativa concatenada.

Ao contrário: afirmamos aqui que é possível construir uma narrativa coesa apesar do modo de produção atual, ao apontar o papel fundamental do ambiente para a concatenação de eventos pelo indivíduo. Nesse sentido, analisamos os ambientes e os elementos que constituem o transitar do indivíduo pelos ambientes.

Nossa jornada começa com um estudo sobre a nova forma do trabalho e a nova configuração urbana, os dois pilares pelos quais o ambiente se projeta sobre o tempo.

ABSTRACT

This paper aims to resume discussion on individual's apprehension of time that is occupying an important segment of Sociology for decades by presenting a new idea about this issue. Our proposal goes against the established idea that the individual lives in a continuous present which is offered to him by the current means of production, where events are not linked together between them and thus, preventing elaboration of a connected history.

Instead, we propose in this paper that the individual is able to build a cohesive narrative despite the current means of production, by stressing the pivotal role of environment on connecting events by the individual. In this sense, we analyze the concept of environment and the elements that comprise the individual's transition through environments.

Our trip begins with a consideration about the new form of work and urban configuration, both pillars upon which environment projects itself over time.

1. A Classe Operária Vai ao Paraíso: O Trabalho Espetacular

Este trabalho adota a premissa de que o desenvolvimento intrínseco da sociedade afluyente, que levou à sua conversão em sociedade espetacular, é o fator que conduziu às

grandes mudanças no trabalho e na cidade – as duas principais instâncias onde a existência do indivíduo se manifesta.

A sociedade afluyente caracterizou-se pela satisfação das necessidades básicas do homem – comer, vestir, morar etc.¹ Esta satisfação foi obtida por uma abundância de mercadorias até então inédita na história econômica. Entretanto, a ênfase na produção transformou a sociedade afluyente em uma sociedade espetacular, onde relações sociais são mediadas por imagens². Aqui, o termo imagem deve ser compreendido como toda aparência desprovida de significado que dirige o comportamento humano. Estas imagens são projetadas pela mercadoria, que tanto denota o produto quanto o trabalho, em todos os ambientes ocupados socialmente pelo indivíduo, posicionando a mercadoria no eixo central da sociedade e como justificativa básica da existência individual. Em última instância, a própria imagem converteu-se em mercadoria, porque a sua produção é o principal investimento do capitalismo atual³, agora também denominado espetacular.

O elemento condutor desta transformação foi o avanço tecnológico das forças produtivas, que derrubou o custo de entrada de novos participantes nos mercados nacionais de consumo, ao mesmo tempo em que elevou a produtividade do capital. A abundância de mercadorias forçou os mercados a se expandir, ao ponto de se unirem globalmente; o consumo tornou-se quase ubíquo, embora ressaltando a diferença entre ricos e pobres tanto quanto nas sociedades pré-capitalistas; e as empresas tornaram-se as responsáveis por garantir o bem-estar do cidadão ao assumirem o comando econômico das mãos do Estado, por meio da oferta de produção e do emprego. Ao Estado restou o papel de regular os mercados para garantir que a competição seja igual para todos.

Este último ponto é de vital importância para este trabalho. A competição adentrou em todos os níveis sociais. As empresas competem por mais mercados e por melhores funcionários; os indivíduos, por mais conhecimentos, competências e habilidades, o que lhes capacita a competir em melhores condições pelos empregos de maior prestígio e remuneração; e mesmo os Estados competem entre si por fábricas, centros de desenvolvimento de tecnologia e outras unidades produtivas que ofereçam empregos e aumentem seu Produto Interno Bruto. A competição agora permeia até

¹ Sobre a sociedade afluyente, ver “A Sociedade Afluyente”, de John Kenneth Galbraith.

² DEBORD, Guy. “A Sociedade do Espetáculo”, p. 14, 1ª edição. Editora Contraponto, Rio de Janeiro, 1997.

³ Sobre este ponto, ver HARVEY, D. “Condição Pós-Moderna”.

mesmo áreas onde sua presença era inconcebível antes, como o consumo. A competição, portanto, é a base da sociedade espetacular.

A competição tende a se acelerar cada vez mais, à medida que novas tecnologias, novos produtos e novos consumidores somam-se ao novo mercado unificado. Daí a exigência por novas formas de trabalho, o que, por sua vez, requer novos trabalhadores.

Na sociedade espetacular, a mudança mais radical da forma de trabalho é a sua relação cada vez mais indireta com a produção. O modelo financeiro da Revolução Industrial era a satisfação das necessidades básicas em troca de lucro. Um corolário deste modelo foi o de estruturar a economia sobre o gasto, e não sobre a poupança. Isso conferiu à produção o mais alto privilégio no sistema capitalista: produzir mais era lucrar mais. Esta lógica atingiu seu ápice na sociedade afluyente, mas também foi ali que a importância dada à produção começou a diminuir. A razão disso é que a abundância de mercadorias significou que as necessidades básicas foram saciadas; se antes o indivíduo consumia por obrigação, agora ele tinha a opção de gastar ou poupar.

Tornou-se necessário, assim, impelir o indivíduo a consumir⁴. O sistema de produção, portanto, foi reorientado para não mais obedecer ao consumidor, mas sim a dirigi-lo. Uma vez que o principal impulso de compra estava anulado, era necessário criar outros. Assim, a empresa passou a atribuir ao processo de criação de necessidades a mesma importância que dava à produção, a ponto dos dois processos se tornarem dependentes entre si⁵. E, com isso, a competição acelerava-se ainda mais.

Na sociedade espetacular, o processo de criação de necessidades suplantou a produção, conseqüência da velocidade alcançada pela competição e da sua penetração em todas as instâncias sociais. Aqui, a produção é apenas a matéria-prima para a construção do espetáculo. A verdadeira atividade da empresa tornou-se a produção de imagens, que são o veículo da criação dos novos desejos que irão guiar a produção de

⁴ Isso fica evidente com a série de campanhas publicitárias conduzidas pelos principais bancos dos Estados Unidos nas décadas de 80 e 90. Ver “Home Equity Frenzy Was a Bank Ad Come True”, artigo publicado pelo New York Times em 15 de agosto de 2008 (http://www.nytimes.com/2008/08/15/business/15sell.html?_r=1#).

⁵ Relação que John Kenneth Galbraith chamou de “efeito dependência”: “À medida que uma sociedade se torna cada vez mais afluyente, as necessidades são criadas, na mesma proporção, pelo processo pelo qual elas são satisfeitas”. “The Affluent Society”, Penguin Books, Londres, 1998. A tradução é minha.

mercadorias⁶. É a competição em sua velocidade máxima sem, no entanto, dar sinais de arrefecimento.

A empresa, como consequência, tornou-se algo bem mais complexo do que sua forma predominante na sociedade afluyente. Do vínculo direto entre o setor de produção e o corpo gerencial, geralmente capitaneado pelo proprietário do capital, surge o que Galbraith definiu como “tecnoestrutura⁷”. Esta nova forma de organização empresarial surge da crescente complexidade tecnológica, mercadológica e administrativa da produção moderna. Dado o avanço tecnológico, a produção de mercadorias exige trabalhadores especializados em cada área de sua fabricação, assim como trabalhadores especializados no escoamento desta produção. Daí a necessidade de um planejamento preciso, envolvendo estimativas de investimento, quantidade de horas necessárias de uso da mão de obra e o retorno financeiro esperado. Para coordenar todos estes trabalhadores, assim como as suas tarefas, é necessária uma complexa trama de funcionários e sistemas de controle.

A tecnoestrutura é, portanto, exigência da competição acelerada, que requer maciços investimentos em capital para que a empresa consiga manter-se competitiva nos mercados em que opera. Estes investimentos de porte já não podem ser mais dados por um só empresário, à moda de J. P. Morgan ou o Barão de Mauá; nem outras empresas podem providenciá-los. Até mesmo os bancos não têm mais capacidade financeira de fazer frente a tais demandas; agora, agem tanto como financiadores como veículo para a empresa obter financiamentos de outras fontes, direta ou indiretamente (via fundos de investimento) pelo mercado acionário. Estas fontes são, por fim, o indivíduo comum – que, em grande maioria, também trabalha em uma “tecnoestrutura” –, seja por meio de investimentos diretos na Bolsa de Valores, seja pela participação dos fundos de pensão.

Daí que a segurança, dadas as condições de trabalho, que por sua vez decorrem das próprias condições do mercado em que a empresa opera, se converteu na maior preocupação do trabalhador. A variação das ações da empresa se converteu na manifestação dos acionistas do controle da empresa; se for descendente, certamente a

⁶ David Harvey aponta que “a competição no mercado da construção de imagens passa a ser um aspecto vital da concorrência entre as empresas”. Ele continua ao afirmar, com certa ressalva, que “... o investimento na construção da imagem (patrocínio das artes, exposições, produções televisivas e novos prédios, bem como marketing direto) se torna tão importante quanto o investimento em novas fábricas e maquinário”. “A Condição Pós-Moderna”, p. 260. 17ª edição, Edições Loyola, 1992.

⁷ GALBRAITH, John K. “O Novo Estado Industrial”, p. 88. Nova Cultural, São Paulo, 1997.

mão dos acionistas se fará sentir sobre o quadro de funcionários. Este é, portanto, um paradoxo da economia espetacular: a mão que trabalha também é a mão que apedreja⁸.

Por este modo, o trabalho sofreu a mesma metamorfose que a mercadoria, na sociedade espetacular: também é um meio de projeção de imagens. Não se trata apenas de quanto se ganha, mas, como dito acima, do prestígio social que o emprego auferia a quem o ocupa. Em decorrência, a insegurança também tem outras duas características.

Em primeiro lugar, o trabalho desprendido da produção de mercadorias tornou-se abstrato para o próprio trabalhador. É-lhe impossível identificar os resultados de seu esforço, tanto nos resultados da empresa quanto nos produtos ou serviços que ela vende. Em alguns casos, até mesmo a tentativa de descrever suas atribuições para um leigo se torna uma tarefa difícil. Isso ocorre porque também o processo de produção de imagens é altamente especializado e minuciosamente compartimentado em diversas tarefas. A soma do todo, neste caso, corresponde à anulação das partes. Neste contexto, a instabilidade é a regra. A pressão exercida pelo preço da ação sobre a administração da empresa pode extinguir sua tarefa, ou a força imposta pela competição, tanto aquela entre as empresas quanto aquela entre trabalhadores, pode mudar as qualificações exigidas para aquele emprego, tornando-o ultrapassado.

Segundo, porque o efeito combinado de sistemas de compensação vantajosos e o prestígio social proporcionado pelo cargo e pela empresa atrelam uma imagem ao indivíduo, a qual ele está determinado a manter a qualquer custo. Esta imagem torna-se o centro da sobrevivência do indivíduo, porque é o elemento que garante seu trânsito pela sociedade espetacular. Neste sentido, “o preço natural do trabalho é aquele necessário para permitir que os trabalhadores, em geral, subsistam e perpetuem sua descendência, sem aumento ou diminuição”⁹ já não é mais uma definição válida para salário, porque este dinheiro não é mais gasto na sua sobrevivência. Os complexos sistemas de compensação têm, portanto, dois propósitos: cancelar ao trabalho a sua feição de mercadoria e possibilitar ao indivíduo manifestar seu prestígio social. É o que Guy Debord chamou de “sobrevivência ampliada”¹⁰.

A “sobrevivência ampliada” está para o indivíduo como o “efeito dependência” está para a empresa: a satisfação em ter um desejo saciado só pode ser obtida em função da privação que este mesmo desejo simboliza, fazendo com que a sobrevivência se

⁸ Para uma explicação mais abrangente deste ponto, consultar o Anexo I.

⁹ RICARDO, David. “Princípios de Economia Política”, p. 81. Nova Cultural, São Paulo, 1983.

¹⁰ DEBORD, Guy. Op. cit, p. 29 e 30.

torne consumível. O trabalho, por meio da compensação, se torna apenas o meio de incubação e satisfação destes desejos, e seu valor é expresso pelo poder de consumo que ele proporciona.

Compreende-se, então, que há um elemento que perpassa a empresa, o trabalho, a mercadoria e o consumo: o valor da posse¹¹. A satisfação pela mercadoria, que não pode ser proporcionada pelo seu uso, é procurada pelo indivíduo, no âmbito da “sobrevivência ampliada”, no reconhecimento social do valor do indivíduo como detentor da mercadoria, seja ela um produto ou o trabalho. Porém, este valor precisa ser chancelado socialmente para satisfazer o adquirente; precisa transmitir ao indivíduo a sua própria imagem. Desta forma, ele transcende o valor de troca, porque não é a comparação pura entre produtos (ou empregos) que dará a satisfação almejada e, sim, o efeito da comparação entre indivíduos, mediada pela mercadoria. Este efeito é a manifestação do valor da posse.

O valor da posse, potencializado pela competição que o gerou, ultrapassou os ambientes do consumo e do trabalho e ocupou o espaço onde estes se manifestam: a cidade.

2. São Paulo, cidade aberta

Uma nova forma de aglomeração urbana emerge no século 21: a megacidade¹². Uma megacidade não é medida em termos de números de habitantes, mas sim pelo seu poder de influência econômica e cultural sobre uma determinada região¹³. Os bairros onde se concentram os escritórios das grandes empresas locais e de empresas multinacionais, nas megacidades, deixam de ser lugares para se tornar processos¹⁴ de produção de valor em que estas empresas podem coordenar, inovar e gerenciar suas operações com flexibilidade, além de justificar os altos investimentos em imóveis¹⁵, assim como oferecem aos indivíduos “as maiores oportunidades de aperfeiçoamento

¹¹ Para uma explicação mais detalhada da idéia de valor da posse, ver Anexo II.

¹² Por ser um conceito novo, não há uma terminologia definida para este fenômeno urbano. Para este artigo, optou-se pelo termo “megacidade”, embora diversos autores utilizem o termo “cidade global” ou mesmo “megaregião”.

¹³ Este é o critério usado por Richard Florida e Manuel Castells, em seus respectivos livros “Who’s Your City” e “Sociedade em Rede”, Vol. 1, para definir uma megacidade. Portanto, Dhaka, capital de Bangladesh, não é considerada uma megacidade, apesar de seus 13,5 milhões de habitantes. No entanto, é interessante notar que mesmo Dhaka possui um centro de negócios nos moldes espetaculares, no bairro de Kawran Bazar.

¹⁴ CASTELLS, Manuel. Op. cit., p. 476

¹⁵ CASTELLS, Manuel, Op. cit., p. 474 e 475.

pessoal, status social e auto-satisfação aos imprescindíveis profissionais liberais de nível superior – de boas escolas aos seus filhos a uma adesão simbólica ao grande consumo, inclusive de arte e entretenimento”¹⁶.

Para Castells, uma megacidade “detém as funções superiores direcionais, produtivas e administrativas de todo o planeta; o controle da mídia; a verdadeira política do poder; e a capacidade simbólica de criar e difundir mensagens”¹⁷. É neste último tópico da definição de Castells que nos prenderemos em nossa análise, com foco na comunicação arquitetônica.

Adotamos a perspectiva semiótica de que os símbolos urbanos têm sinais posteriores ao seu significado imediato, isto é, ultrapassam sua funcionalidade, caracterizando-se como signos “com base em um significado codificado que um dado contexto cultural atribui a um significante”¹⁸.

A questão do contexto cultural deve ser ressaltada, já que “a forma das janelas, seu número, sua disposição na fachada... não denotam apenas uma função; remetem a certa concepção do habitar e do usar, conotam **uma ideologia global** que presidiu à operação do arquiteto”¹⁹. Portanto, a ideologia, segundo Umberto Eco, é a forma que o contexto cultural assume quando da construção do signo arquitetônico²⁰.

É no sentido desta ideologia global, que orienta o arquiteto e constrói uma nova paisagem, que estes bairros estão desconectados do restante da cidade²¹. Esta separação é fruto da nova característica do trabalho, que precisa de uma imagem para impor-se ao indivíduo como alternativa dominante – a ideologia que governa a prancheta do arquiteto. Esta imagem baseia-se fundamentalmente na exclusão – é preciso criar o desejo de entrar para que a imagem tenha o poder de um fetiche àqueles que estão fora.

A consequência imediata desta separação é outra separação: os indivíduos realizando o trabalho espetacular nestes bairros espetaculares estão mais identificados

¹⁶ CASTELLS, Manuel. Op. cit., p. 475.

¹⁷ CASTELLS, Manuel. “A Sociedade em Rede”, p. 493, 8ª edição. Ed. Paz e Terra, 2005, São Paulo.

¹⁸ ECO, Umberto. “A Estrutura Ausente”, p. 196, 7ª edição, Editora Perspectiva, São Paulo, 2007.

¹⁹ ECO, Umberto. Op. cit., p. 199. O grifo é do autor.

²⁰ O autor faz um paralelo entre “estilo gótico = religiosidade” e “impulso vertical = elevação da alma a Deus” para apoiar sua tese.

²¹ “As diferentes partes da cidade adquirem, assim, funções especializadas. A cidade, consequentemente, tende a se assemelhar com um mosaico de mundos sociais onde a transição de um para outro é abrupta”. WIRTH, Louis. “Urbanism as a way of life”, The American Journal of Sociology, Volume XLIV, julho de 1938.

com seus colegas em outros bairros financeiros das megacidades do que com seus próprios vizinhos²².

Isso porque a imagem arquitetônica destes bairros espetaculares é a mesma em todas as megacidades, independentemente de sua cultura. O edifício comercial está para a megacidade como a catedral estava para a cidade medieval: ao ser as construções mais significativas da paisagem urbana, simbolizam o poder e a ideologia dominante. São, acima de tudo, signos projetando-se sobre o indivíduo²³.

Além disso, os signos que caracterizam os bairros espetaculares têm a função de atrair capital para reforçar a dominância da megacidade sobre outras cidades em termos culturais e econômicos, e também a de atrair indivíduos para os empregos criados pelo capital e para expandir o mercado consumidor da megacidade²⁴.

Daí a ativa participação do poder público na construção destes centros financeiros. Isso pode ser exemplificado ao se considerar a Vila Olímpia, sede de grandes empresas e de escritórios de companhias multinacionais, em São Paulo.

No início do século passado, a Vila Olímpia dividia-se em parte alta, ocupada por chácaras e pequenos sítios, e baixa, que alagava com a cheia dos córregos Uberaba e Uberabinha.

Com o passar do tempo, as chácaras começaram a ser loteadas, enquanto indústrias lutavam contra as cheias que, apesar disso, não as impediam de se instalar ali – na década de 70, grandes fábricas estavam instaladas na parte baixa do bairro.

Na década de 80, o bairro era constituído por favelas e cortiços, que abrigavam os que trabalhavam nas fábricas, e por pequenas casas de alvenaria, habitadas pela classe média.

No entanto, em 1991, um projeto de lei municipal instituindo a progressividade das alíquotas de cobrança do IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano) mudou o perfil da região. O aumento do valor do imposto tornou muito cara a operação de fábricas no município e fez com que as empresas de serviços, que não podiam se mudar

²² CASTELLS, Manuel. Op.cit.

²³ “O urbanismo é a tomada de posse do ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver sua lógica de dominação absoluta, pode e deve agora refazer a totalidade do espaço como seu *próprio cenário*”. DEBORD, Guy, “A Sociedade do Espetáculo”, p. 112.

²⁴ FLORIDA, Richard et al. “The Rise of Megaregions”, p. 4.

da cidade e que já sofriam com a alta dos preços dos imóveis comerciais em bairros já estabelecidos, buscassem áreas mais baratas para se instalar.

Ao mesmo tempo, a prefeitura paulistana executou obras contra as cheias dos córregos que passam pelo baixo. Com isso, estavam dadas as condições para que a Vila Olímpia e seu entorno se transformassem radicalmente.

Grandes prédios começaram a ser construídos tanto na parte baixa quanto na alta do bairro, induzindo seus moradores a vender seus imóveis às incorporadoras por um bom preço.

Era chegada a hora de intervir no sistema de transportes. No meio da década de 90, a prefeitura executou obras viárias para acomodar o crescente fluxo de veículos confluindo para a região²⁵. Ao mesmo tempo, o governo estadual recuperou uma linha de trem correndo junto ao Rio Pinheiros (atualmente a linha 9 Esmeralda, da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos), que passou a servir o bairro e adjacências. Atualmente, está em construção uma linha da Companhia do Metropolitano que interligará a linha 9 às linhas 1 e 2.

O resultado do esforço é que, em 2004, mais de 190 edifícios de todos os tamanhos já haviam sido construídos na região, abrigando cerca de 70 mil pessoas e gerando uma circulação média de 120 mil indivíduos pelos seus espaços²⁶.

Em um influente estudo publicado em 1938, Louis Wirth afirma que “o padrão de uso da terra, dos valores da terra, de aluguéis e da propriedade, a natureza e o funcionamento das estruturas físicas, das casas, dos recursos de transporte e de comunicação, dos serviços públicos – estas e muitas outras fases do mecanismo físico da cidade não são fenômenos desconectados da cidade como entidade social, mas são afetadas e afetam o modo de vida urbano²⁷”.

Talvez a mudança de maior impacto trazida pela relação entre cidade, trabalho e modo de vida do indivíduo na megacidade seja a apreensão do tempo pelo indivíduo espetacular.

²⁵ Em 2009, ano da redação deste artigo, uma reformulação viária ainda mais profunda foi concluída no bairro, resultando em um novo traçado de ruas e avenidas, que também ficaram mais amplas.

²⁶ Segundo o website Vila Olímpia: <http://www.bairrovilaolimpia.com.br>. Acessado em 15 de agosto de 2008.

²⁷ WIRTH, Louis. “Urbanism as a way of life”, p. 20. A tradução é minha.

3. O jardim das veredas que se bifurcam

A percepção do tempo e sua articulação com o espaço, pelo indivíduo, é um dos temas mais candentes da Sociologia atual. No entanto, poucos autores parecem considerar o efeito do ambiente nesta questão.

Edgar Morin, no primeiro volume de seu “Culturas de Massas no Século XX”, publicado em 1962, aponta que a cultura de massa propõe um presente sempre novo ao indivíduo, à medida que este consome cada vez mais vorazmente os produtos culturais. Isso porque a cultura de massa, dominada pela técnica e baseada na divisão do trabalho, leva o indivíduo a se tornar um espectador puro, imerso em um estado passivo que lhe impõem uma relação quase primária com o mundo. Neste processo, o indivíduo separa-se do tempo e do espaço, porque as distinções culturais se mesclam, já que a cultura de massa é o denominador comum entre as idades, os sexos, as classes sociais e os povos. Portanto, o presente sempre novo denunciado por Morin é uma sucessão não estruturada de momentos presentes que o indivíduo não vive, mas consome.

A ideia de que a cultura de massa não deixa alternativa ao indivíduo senão o presente contínuo também se encontra em Fredric Jameson. Em “A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio”, de 1984, Jameson argumenta que a característica fundamental do pós-modernismo é o desaparecimento da fronteira entre a alta cultura e a cultura de massa, em que a produção estética está integrada à produção de mercadorias em geral. Daí que a sucessão de novidades lançadas ao mercado, na forma de produtos, conduz a um enfraquecimento da historicidade, com dois desdobramentos: novas relações com a história pública e novas formas de temporalidades privadas. É quando Jameson introduz o conceito de esquizofrenia: ele recorre a Lacan para esquizofrenia como uma ruptura na cadeia dos significantes, resultando em um amontoado de significados distintos e não relacionados entre si. Assim, o esquizofrênico “se reduz à experiência dos puros significantes materiais, ou seja, a uma série de puros presentes, não relacionados no tempo”²⁸.

A passagem do Fordismo para a acumulação flexível (um sistema de produção apoiado na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e dos padrões de consumo) marca o surgimento do pós-modernismo para David Harvey, de acordo com “Condição Pós-Moderna”, seu livro de 1989. Na obra,

²⁸

JAMESON, F. “A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio”, p. 34. São Paulo: Ed. Ática, 1986.

Harvey afirma que uma das conseqüências desta transformação é a compressão do tempo e do espaço, devido à aceleração dos meios de transporte e dos meios de comunicação. Aqui, Harvey se apóia em outros três autores (Baudrillard, McHale e Foucault) para afirmar que o simulacro se tornou a realidade para o indivíduo pós-moderno, por causa da acumulação flexível, e sua conseqüência é que o indivíduo decide se aproveitar “de todas as possibilidades divergentes” e cultivar “toda uma série de simulacros como meios de escape, fantasia e distração”, já que o indivíduo está diante de uma realidade fragmentada, efêmera e composta por colagens.

O conceito permanece em “Vida para Consumo”, de 1999, do polonês Zygmunt Bauman. Ele usa a expressão “vida pontilhada” para descrever um tempo fragmentado em uma multiplicidade de “instantes eternos”: eventos, incidentes, acidentes, aventuras e episódios contidos em si mesmo, e sem dimensão. Bauman entende que vivemos em uma sociedade voltada para o consumo e, por isso, o tempo não é cíclico e nem linear, mas pontilhado, marcado tanto pela profusão de rupturas e descontinuidades quanto pelo conteúdo destes pontos. Isso porque o “ambiente líquido-moderno é inóspito ao planejamento, investimento e armazenamento de longo prazo”, já que, como em Jameson, a torrente de novidades de produtos impele ao consumo desenfreado e instantâneo.

Este trabalho, por outro lado, propõe uma nova abordagem para a questão da apreensão do tempo pelo indivíduo contemporâneo. Propomos a idéia de que todos os eventos são organizados pelo ambiente em que ocorrem, o que implica a prevalência do espaço sobre o tempo²⁹. A idéia vem da confluência entre um famoso conto do escritor argentino Jorge Luis Borges e um texto de Michel Foucault:

Diferente de Newton e de Schopenhauer, seu antepassado não acreditava num tempo uniforme, absoluto. Acreditava em infinitas séries de tempos, numa rede crescente e vertiginosa de tempos divergentes, convergentes e paralelos. Essa trama de tempos que se aproximam, se bifurcam, se cortam ou que secularmente se ignoram, abrange todas as possibilidades³⁰.

Vivemos na época da simultaneidade: vivemos na época da justaposição, a época do perto e do distante, do lado a lado, do disperso. Vivemos em um momento.

²⁹ Esta parece ser também a idéia básica de Castells no capítulo sobre o espaço de fluxos, em “Sociedade em Rede”: “Do ponto de vista da teoria social, *espaço é o suporte material de práticas sociais de tempo compartilhado*” (p. 500). O grifo é do autor.

³⁰ BORGES, J.L. “O jardim das veredas que se bifurcam”, p. 532. In: **Obras Completas I**. Ed. Globo, São Paulo, 1999.

Acredito que nossa experiência do mundo seja menos aquela de uma longa vida se desenvolvendo pelo tempo do que a de uma rede que conecta pontos e se intersecciona com sua própria meada³¹.

Todos os autores citados nesta parte consideram o tempo como único e indivisível, que se sobrepõe ao espaço e projeta-se sobre a existência do indivíduo, por força dos meios de produção. No entanto, propomos aqui que a existência espetacular, moldada pelo trabalho e pela cidade espetaculares, transcorre em uma sucessão vertical de camadas de tempo horizontais e independentes, mas não autônomas. Cada camada de tempo corresponde a um ambiente³² específico; cada ambiente traz consigo um número determinado de eventos que são apenas possíveis dentro de si. Assim, a apreensão do tempo na sociedade espetacular é a de uma série de camadas temporais que fornecem significado aos eventos que ocorrem em cada ambiente por onde o indivíduo transita, possibilitando, assim, que o indivíduo construa a sua história³³.

O ambiente fornece também a referência cronológica para a concatenação dos eventos na vida de um indivíduo. Dentro de uma quantidade determinada de tempo (o dia, por exemplo), o indivíduo está presente em alguns poucos ambientes, e esta quantidade não aumenta relativamente mesmo quando consideramos uma quantidade maior de tempo, como uma década. Isso porque as células básicas da sociedade, como as famílias, se agrupam em ambientes (como a casa dos pais), assim como a organização social da produção é baseada em ambientes, como escritórios ou fábricas. Como os eventos apenas podem acontecer em ambientes, o espaço provê um significado comum a todos os eventos que ocorrem dentro dele. E aqui está uma segunda proposta: os eventos ocorrem em função do ambiente, e não do indivíduo.

Entendemos como um ambiente um espaço de dimensões físicas e psicológicas, onde o indivíduo exerce sua existência. A dimensão física lhe é determinada pelas paredes e pelo teto; porém, a dimensão psicológica é a esfera onde se relacionam todos os indivíduos contidos naquela estrutura física. A dimensão psicológica paira sobre a

³¹ FOUCAULT, M. “Dos Outros Espaços”, texto escrito em 1967, mas não revisado pelo autor em vida. Disponível em <http://foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.en.html>

³² Aqui, ambiente não deve ser confundido com a concepção de “cenário” segundo Goffman. Em “A Representação do Eu na Vida Cotidiana” (Petrópolis: Ed. Vozes, 1975), Goffman apenas descreve um ambiente físico, vinculado à aparência e maneira de um indivíduo. Neste artigo, a ideia de ambiente transcende o seu aspecto físico e torna-se também psicológico, como se verá adiante.

³³ Richard Sennett, em seu “A Corrosão do Caráter”, parece esquecer o papel fundamental do ambiente na construção de uma história quando afirma que “As condições de tempo no novo capitalismo criaram um conflito entre caráter e experiência, a experiência do tempo desconjuntado ameaçando a capacidade das pessoas de transformar seus caracteres em narrativas sustentadas” (p. 32).

dimensão física, determinando o curso dos eventos a cada indivíduo que está contido nesta última. O ambiente, portanto, é uma construção social, envolvendo o espaço geograficamente delimitado, as relações sociais ali contidas, o objetivo coletivo, os fins individuais e, por fim, a atividade ali realizada.

Por evento, entendemos como alterações na direção da existência do indivíduo, provocadas por acontecimentos externos. Estas mudanças ocorrem em decorrência do significado atribuído pelo indivíduo ao evento; essa interpretação só pode ocorrer em relação ao código simbólico que dá sentido ao ambiente onde o evento ocorre. Por sua vez, este código simbólico é uma estrutura psicológica de significados contida pelo ambiente e construída pelos indivíduos que por transitam por ele³⁴.

Cada ambiente compreende três aspectos:

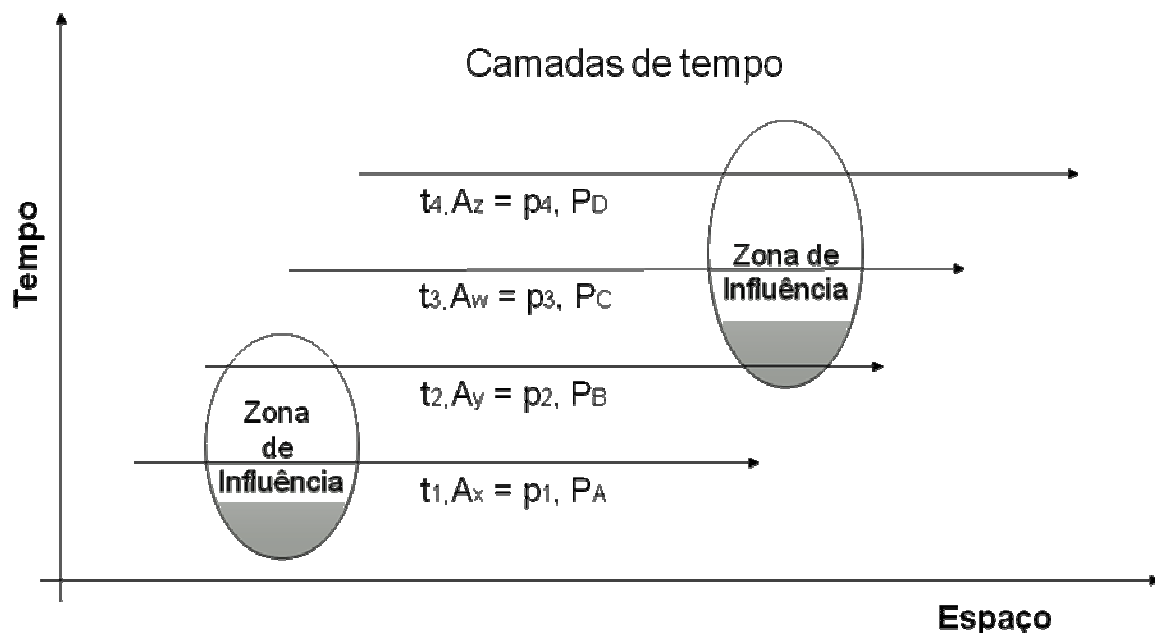
- a) **Zona de Influência:** composta pelo papel que o indivíduo exerce no grupo contido pelo ambiente físico, mais o prestígio que o grupo lhe atribui. A Zona de Influência transcende o ambiente e influencia diretamente o prestígio em outros ambientes. A Zona de Influência é o espaço psicológico onde o indivíduo imprime suas impressões sobre os outros indivíduos com quem ele se relaciona dentro de um ambiente e, ao mesmo tempo, recebe as impressões dos outros, o que serve para alterar sua leitura do código simbólico para atribuir, ao final do processo, os valores que constituirão o papel e o prestígio atribuídos a cada membro do grupo³⁵. Além do mais, a Zona Influência transcende o ambiente e influencia as outras Zonas de Influência que o indivíduo criou nos demais ambientes em que transita.
- b) **Papel:** função social atribuída ao indivíduo pelo grupo, como resultado de sua interação social. Privilegia os valores éticos e morais; esta função não está conectada apenas ao trabalho, mas principalmente à convivência do indivíduo com os demais membros do grupo. Em outras palavras, o papel está relacionado tanto ao funcionamento do grupo quanto à manutenção da segurança da integridade do grupo, ou seja, é o valor funcional do relacionamento do indivíduo com os demais membros do grupo que é reconhecido como o papel do indivíduo naquele grupo.

³⁴ Esta definição de evento é praticamente a mesma utilizada por Marshall Sahlins em seu conceito de “ilhas de história”. Ver “Ilhas de História”, Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 1985.

³⁵ Em “A Representação do Eu na Vida Cotidiana”, E. Goffman definiu “interação” como “a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata”. Neste artigo, a ideia de zona de influência ultrapassa a interação física para determinar uma influência que se instaura a partir de um indivíduo sobre outro a partir do ambiente, ou seja, uma relação de três pontos.

- c) **Prestígio:** conjunto de qualidades³⁶ atribuídas ao indivíduo pelos outros membros do grupo. Baseia-se na relação entre os demais indivíduos e o valor de posse das mercadorias³⁷, onde se inclui a posição ocupada na estrutura do grupo (principalmente o trabalho), além do prestígio adquirido em outros ambientes. O prestígio, ao contrário do papel, não é um valor comum para todos os membros do grupo; cada indivíduo atribui um prestígio particular a outro indivíduo, porque essa quantificação de valor depende do campo repertorial de cada um.

Figura 1. Representação esquemática do mecanismo de apreensão do tempo pelo indivíduo espetacular.



Onde: t= camada de tempo; A= ambiente; p= papel e P = prestígio.

O interesse individual, ao reagir com outros interesses dos indivíduos que compõem o grupo social contido naquele ambiente, e em conjunto com as experiências passadas que formam o campo repertorial de cada um, molda o prestígio e o papel de

³⁶ O conceito de fachada estipulado por Goffman, que inclui vestuário, sexo, idade, padrões de atitude, expressões faciais, entre outros, é um componente do prestígio. Ver o primeiro capítulo de “A Representação do Eu na Vida Cotidiana”.

³⁷ “O mundo urbano privilegia o reconhecimento visual”, afirma Wirth em seu já citado estudo. Mais adiante, ele continua: “À medida que as cidades se desenvolveram ao fundo deste modo de produção, o nexu financeiro que implica o poder de compra (*purchasability*) de serviços e coisas substituiu as relações pessoais como a base de associação”.

cada indivíduo; o que nos permite dizer que o ambiente é um dos fatores que determina a posição que o indivíduo ocupa dentro daquele grupo social.

Todo comportamento traz em si uma tendência de uniformização que o anula. Nenhum comportamento pode quebrar a rotina, aqui entendida como um contrato tácito entre os membros de um grupo, garantindo que a segurança proporcionada pela maior previsibilidade do futuro não seja quebrada por nenhum deles. Neste contrato tácito estão os critérios para a atribuição dos valores que formarão o prestígio e o papel do indivíduo, que serão aplicados aos métodos daquele indivíduo em competir com os demais. Tudo é permitido em busca da conquista dos interesses individuais, desde que os métodos não coloquem em risco a segurança e a integridade do grupo.

Daí o que Mark Granovetter afirma ser a “força dos vínculos fracos³⁸”: os relacionamentos pessoais tornam-se apenas um instrumento para a competição entre os indivíduos. Já não há mais elementos emotivos nestes relacionamentos; há apenas valor, medido em termos de possibilidade de alcance do interesse individual.

A competição acelerada pela nova forma de trabalho reconfigura a cidade, e as duas forças transformam o indivíduo em um signo.

³⁸ GRANOVETTER, Mark. *Getting a Job*, Chicago University Press, Chicago, 1985. É interessante notar que a “força dos vínculos fracos”, exposto por Granovetter, já havia sido identificada por Wirth em seu artigo.

Anexo I

A diluição do controle acionário é a principal característica da empresa espetacular. Há, basicamente, três níveis de diluição do capital. O primeiro é o tradicional, em que o empresário decide vender apenas uma parte de sua empresa no mercado acionário. Em julho de 2007, das 433 empresas listadas na Bolsa de Valores de São Paulo, 295 optaram por este caminho³⁹. Aqui, os acionistas funcionam puramente como o empresário: participam de uma empresa da qual esperam receber grandes retornos, mas ficam à mercê do controlador, que pode agir mais pelos seus interesses do que pelos dos seus novos sócios.

O nível seguinte é vender, igualmente, uma parte da participação na empresa, porém pelas regras do Novo Mercado – 80 empresas estavam nesta condição, em julho de 2007⁴⁰. Se, no primeiro nível, todos eram empresários, pelo Novo Mercado, todos viram acionistas. Sob o nome de “governança corporativa”, a empresa é obrigada a revelar todos os dados sobre suas operações, a tratar de maneira igual todos os acionistas, a prestar contas regularmente e seu corpo dirigente se torna responsável pelos resultados⁴¹. Estas regras são praticamente uniformes nos principais mercados acionários do mundo.

O último nível é vender a empresa integralmente pela bolsa de valores, determinando cotas máximas de ações disponíveis para compra, de forma a evitar que surja, desta operação, um controlador. Apenas uma empresa no Brasil pulverizara seu capital, quando este trabalho era elaborado (embora outras duas tenham anunciado sua intenção de fazer o mesmo). Geralmente, este nível também é praticado pelas regras do Novo Mercado⁴².

Apesar da crença geral, a separação entre controle acionário e gestão não implica em abrir mão dos destinos da empresa por parte dos acionistas, como a própria existência do Novo Mercado sugere. A idéia de que há tal separação traz, em si, um problema conceitual: o de atribuir à empresa uma vida autônoma, capaz de tomar suas

³⁹ Segundo o Boletim Informativo do Novo Mercado, emitido pela Bovespa, Ano 6, Número 108, Agosto de 2007.

⁴⁰ Segundo o Boletim Informativo do Novo Mercado, emitido pela Bovespa. Ano 6, Número 108, Agosto de 2007.

⁴¹ BALDI, Vanessa Souza. “O impacto da adesão ao Novo Mercado da Bovespa sobre a criação de valor econômico”. Dissertação de Mestrado, PUC-Rio, Junho de 2007.

⁴² De acordo com a Bovespa, o Novo Mercado é “um segmento de listagem destinado à negociação de ações emitidas por companhias que se comprometam, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa adicionais em relação ao que é exigido pela legislação”.

decisões através dos indivíduos, mas sem a interferência destes. Este modelo concebe um ambiente em perfeito equilíbrio, onde os interesses individuais (a saber: para o acionista, maiores e constantes lucros e, para o administrador, poder de influência, maior remuneração e, na soma dos dois elementos, crescente prestígio social) se complementam em um pacto harmônico: os acionistas financiam os projetos concebidos e que serão executados pelos administradores, que por sua vez gerarão os lucros esperados pelos acionistas. Como resultado, surge uma empresa destacada dos indivíduos que a compõem, visto que o único interesse do acionista e do administrador é o de fazer a empresa prosperar.

De fato, o controle da empresa por parte dos proprietários do capital se tornou indireto, mas não por isso menos eficiente. Seu instrumento é o preço da ação.

O controle da gestão da empresa pelos acionistas começa antes mesmo da empresa abrir seu capital. Há uma série de exigências que devem ser cumpridas, independente do ingresso ao Novo Mercado, antes que a empresa possa vender suas ações e que subordina a administração da empresa às condições que serão impostas pelos futuros acionistas.

Uma vez que as ações da empresa estejam em circulação no mercado acionário, o controle torna-se efetivo. Analise-se o caso de uma das maiores fusões bancárias da história – a aquisição do banco ABN AMRO pelo consórcio de bancos Santander, Fortis e RBS, concluída em 8 de outubro de 2007. Um acionista do ABN AMRO, que detinha 1% de participação na empresa, pressionou a administração para considerar a venda total ou parcial dos seus ativos, pois estes não correspondiam ao preço da ação do banco. Depois de uma longa batalha entre a administração e o acionista, uma parcela substancial dos demais acionistas aprovou a venda. Com o ABN AMRO disponível no mercado, houve uma disputa pelo banco, finalmente vencida pelo consórcio – mas concluída somente depois que todos os acionistas envolvidos autorizaram a operação.

Como a aprovação dos acionistas era uma exigência legal, esta não é a moral da história. O argumento é mais bem expressado por um analista de investimentos inglês, quando a transação foi anunciada: “O mercado [acionário] estará olhando para eles [os bancos compradores] pelos próximos 12 ou 18 meses, para aprovar o negócio”⁴³. Aparentemente, o mercado não aprovou a fusão. As ações do Fortis entraram em queda livre logo após a transação, e se enfraqueceram ainda mais com a crise financeira. O

⁴³ Conforme registrado pelo jornal New York Times em 9 de outubro de 2007. A tradução é minha.

banco, atualmente, está sob cuidado dos governos belga e holandês. Quase o mesmo destino teve o RBS, que recebeu o maior aporte financeiro da história do Reino Unido, por causa da mesma combinação de fatores que derrubou o Fortis. O banco, agora, tenta vender as unidades que comprou do ABN AMRO na Oceania. Os administradores dos dois bancos foram substituídos⁴⁴.

Diversos autores de livros de negócios já escreveram sobre como o preço da ação se torna obsessão da administração da empresa, mesmo quando nenhum funcionário é seu acionista. Uma pesquisa efetuada em empresas de capital aberto em operação no Brasil mostrou que esta obsessão se manifesta claramente em todos os escalões da empresa. Em uma delas, o objetivo de atingir um retorno sobre o capital empregado de 30%, em 2010, em nível global, está exposta na porta da fábrica da empresa (mesmo que isso implique em menor produção). Em outra, um indicador exibe, no computador de todos os funcionários a cotação das ações da empresa na Bolsa de Nova York, com atualização instantânea⁴⁵.

Outro trabalho⁴⁶ afirma que a administração de algumas empresas já decidiu cortar despesas com “medidas que poderiam gerar valor, como pesquisa e desenvolvimento, propaganda e contratações, para alcançar os valores de receita comunicados ao mercado”. Isso porque há um reconhecimento tácito de que tudo estará bem se o preço da ação mantiver uma trajetória ascendente constante, mas que a administração da empresa estará em apuros se a trajetória for descendente. Como a oscilação das cotações é o julgamento dos acionistas sobre as decisões da administração, então esta obsessão, na sua essência, não é com o valor da ação, mas sim, com a estabilidade de cada integrante da administração com relação ao seu emprego e com melhores perspectivas de subir na hierarquia da empresa.

Ou seja: a administração, assim como qualquer outro funcionário em escalões inferiores, toma suas decisões visando, em última instância, manter a remuneração, o poder de influência e o prestígio social que o emprego lhe proporciona, por temer a punição do acionista exercida através do preço da ação. Aqui é onde a mão invisível do mercado aperta com força.

⁴⁴ New York Times, edição de 9 de outubro de 2007.

⁴⁵ MARX, Roberto; SOARES, João Paulo R. F. “A influência da orientação à geração de valor ao acionista nas práticas de gestão de pessoas no ambiente da produção”. Revista Gestão & Produção, São Carlos, maio/agosto de 2008.

⁴⁶ BALDI, Vanessa S. op. cit., p. 52.

Anexo II : A Mercadoria, Esse Estranho Objeto do Desejo

O valor da posse é um atributo sensorial atribuído à mercadoria pelo seu proprietário e pelos demais indivíduos que interagem socialmente através dela. É por meio do valor da posse que a sociedade espetacular define a estratificação em classes; por isso, o valor da posse permeia todos os aspectos da vida social do indivíduo.

As origens do conceito de valor da posse podem ser encontradas na raiz da intersecção entre economia e sociologia⁴⁷, ao final do século XIX, embora Marx fosse o primeiro a atribuir, n'O Capital, um caráter místico à mercadoria. Este aspecto sobrenatural não era decorrência do valor de uso, tampouco da natureza dos fatores determinantes de valor, ou seja, do trabalho (e, conseqüentemente, do valor de troca). Ele, então, se pergunta: “De onde, então, se levanta o caráter enigmático do produto do trabalho, tão logo assume a forma de mercadoria? Claramente desta mesma forma”.

A idéia de que o misticismo da mercadoria aliena o indivíduo reaparece com Thorstein Veblen, que em seu livro “Teoria da Classe Ociosa”, publicado em 1899, cunhou o termo “consumo conspícuo” para classificar o comportamento das elites durante o acelerado crescimento econômico dos Estados Unidos, na virada para o século XX. Veblen considerava que os indivíduos não eram racionais em suas decisões de consumo e, portanto, não escolheriam mercadorias pela sua utilidade, mas ao contrário: para ele, os indivíduos eram irracionais e buscavam expressar sua posição social por meio do consumo, orientando assim suas decisões de compra.

Posição semelhante foi tomada, meio século mais tarde, por outro economista norte-americano, James Duesenberry. Em “Income, Savings and the Theory of Consumer Behaviour”, de 1949, Duesenberry critica as teorias de comportamento do consumidor por não considerarem a influência de outros indivíduos nas decisões de compra de cada consumidor. Para ele, estas influências se davam sempre pelo contato com mercadorias “superiores”.

Esta influência foi denominada “efeito de demonstração”, e teria poder suficiente para forçar aumentos de consumo independentemente de flutuações de renda ou preço. Este efeito seria reforçado por uma interdependência dos sistemas de

⁴⁷ A idéia do valor da posse permeia também a Antropologia, principalmente nos estudos sobre a troca de presentes nas sociedades primitivas empreendidos por Marcel Mauss e, posteriormente, por Claude Levi-Strauss. Para este último, “os bens não são somente comodidades econômicas, mas veículos e instrumentos de realidades de outra ordem, potência, poder, simpatia, posição, emoção”. (LEVI-STRAUSS, C. As Estruturas Elementares do Parentesco, 3ª Edição, p.94. Ed. Vozes, Petrópolis, 2003).

preferência, que promoveriam um desejo geral por distinção e encorajaria os indivíduos a emular (termo primeiramente usado por Veblen) o comportamento de consumo de outros, para proteger seu prestígio e posição social.

O status seria cada vez mais conferido em termos de consumo socialmente visível, e os indivíduos fariam comparações entre seus padrões de vida e aqueles verificados em grupos de status superior ou inferior, para decidir seus níveis de gastos atuais e futuros.

Por isso, Duesenberry considerava que tal efeito impunha um desafio direto à teoria de valor utilidade, já que a busca por auto-estima e prestígio social frequentemente gerava demandas por mercadorias e serviços que não teriam utilidade tangível, ao menos no sentido convencional.⁴⁸

Galbraith recorre às idéias de Duesenberry em “A Sociedade Afluente”, para fazer valer sua afirmação de que a produção de mercadorias cria as necessidades que as mesmas mercadorias deverão satisfazer.

Mais recentemente, “Consumer Demand in the United States”, de H. S. Houthakker e L. D. Taylor e lançado em 1970, afirma que há um “estoque psicológico” na memória dos consumidores, referente ao uso passado de um determinado produto, que os impele a criar demanda para este mesmo produto. Este fator seria mais forte do que as variáveis de preço e renda, durante o processo de decisão de compra.

⁴⁸ MASON, Roger. “The Social Significance of Consumption: James Duesenberry’s Contribution to Consumer Theory”. *Journal of Economic Issues*, Setembro de 2000.

BIBLIOGRAFIA

- BALDI, Vanessa Souza. **“O impacto da adesão ao Novo Mercado da Bovespa sobre a criação de valor econômico”**. Dissertação de Mestrado, PUC-Rio, Junho de 2007.
- BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo**. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2008.
- BORDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2007.
- BORGES, Jorge Luis. **Obras Completas, Volume 1**. São Paulo: Editora Globo, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2004.
- DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 1998.
- ECO, Umberto. **A Estrutura Ausente**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2007.
- FLORIDA, Richard; GULDEN, Tim; MELLANDER, Charlotta. **The Rise of the Megacities**. Toronto: outubro de 2007.
- FLORIDA, Richard. **Who’s Your City?** Philadelphia: Basic Books, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **“Des Espace Autres”**. Disponível em Disponível em <http://foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.en.html>. Acessado em dezembro de 2008.
- GALBRAITH, John Kenneth. **The Affluent Society**. Londres: Penguin Books, 1998.
- _____. **O Novo Estado Industrial**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.
- GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1975.
- GRANOVETTER, Mark. **Getting a Job**. Chicago: Chicago University Press, 1985.
- HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- JACOBS, Jane. **Morte e Vida das Grandes Cidades**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

JAMESON, Fredric. **A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

LEVI-STRAUSS, C. **As Estruturas Elementares do Parentesco**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2003.

LINTON, Ralph. **O Homem: Uma Introdução à Antropologia**. São Paulo: Martins Fontes Editora, 1976.

LYNCH, Kevin. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2006.

MASON, Roger. **“The Social Significance of Consumption: James Duesenberry’s Contribution to Consumer Theory”**. Journal of Economic Issues, Setembro de 2000.

MARX, Roberto; SOARES, João Paulo R. F. **“A influência da orientação à geração de valor ao acionista nas práticas de gestão de pessoas no ambiente da produção”**. São Carlos: Revista Gestão & Produção, maio/agosto de 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX. Volume 1: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

RICARDO, David. **Princípios de Economia Política**, São Paulo: Nova Cultural, 1983.

SENNETT, Richard. **A Corrosão do Caráter: Consequências Pessoais do Trabalho no Novo Capitalismo**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.

WIRTH, Louis. **“Urbanism as a Way of Life”**. Chicago: The American Journal of Sociology, Volume XLIV, Julho de 1938.