

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola de Comunicações e Artes
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
“Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas”

BRUNA TEREZINHA AZEVEDO MACEDO

O CONSUMO E SUA FACETA DE INCLUSÃO.

Uma análise psicanalítica das mudanças sociais trazidos pelo consumo de inclusão das classes populares.

São Paulo
2019

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola de Comunicações e Artes
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
“Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas”

BRUNA TEREZINHA AZEVEDO MACEDO

O CONSUMO E SUA FACETA DE INCLUSÃO.

Uma análise psicanalítica das mudanças sociais trazidos pelo consumo de inclusão para as classes populares.

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Pós-Graduação-Especialização, para obtenção do título de especialista em “Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas”, sob orientação do prof. Pedro de Santi.

São Paulo
2019

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola de Comunicações e Artes
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
“Cultura Material e Consumo: perspectivas semiopsicanalíticas”

BRUNA TEREZINHA AZEVEDO MACEDO

O CONSUMO E SUA FACETA DE INCLUSÃO.

Uma análise psicanalítica das mudanças sociais trazidos pelo consumo de inclusão das classes populares.

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA

São Paulo
2019

Dedico este trabalho ao meu Pai que navegou por todas as esferas profissionais: Estatal, Privada e Empresariado. E com essa caminhada me despertou o interesse na vida social do trabalhador brasileiro.

AGRADECIMENTO

Agradeço a todo o time de Merchandising da Unilever que cada dia me prova mais o amor e dedicação da classe trabalhadora.

Agradeço a minha família, Edna, Paula e Mateus que me trazem todo dia uma visão diferente de ver o mundo.

Agradeço ao professor e Orientador Pedro de Santi que me inspirou em suas aulas sobre psicanálise e foi base para esse trabalho.

E Agradeço ao Luiz Inácio Lula da Silva por ter levado à presidência a discussão nacional das políticas públicas sociais. Políticas que tem como resultado o objeto de estudo desse trabalho.

RESUMO

Como as dinâmicas sociais mudaram nos últimos 20 anos no Brasil? Esse trabalho tenta agregar na discussão de classes, de como as escolhas econômicas e políticas deram vozes as camadas mais populares desse país. Para refletir um pouco mais sobre isso nos aprofundamos em entender e reconhecer outras facetas do consumo a partir da psicanálise, entendê-lo como uma ferramenta de identidade e empoderamento no meio social e político. Buscamos discutir sobre como o consumo garantiu um novo lugar de espaço e fala aos até então preteridos pela grande mídia, pelos políticos, pelas corporações. Analisamos as dinâmicas entre os que buscam o novo espaço e os que se sentem invadidos. No meio capitalista em que vivemos muitas vezes somos impelidos a reconhecer nossa identidade pelo consumo e a partir do momento em que ocorre o embaralhamento social por meio das políticas de diminuição da concentração de renda e da facilidade do crédito temos uma crise de identidade entre as classes, nesse trabalho observaremos isso a partir de alguns exemplos como o Rolezinho e o Funk Ostentação. Buscamos na psicanálise uma luz para entender as mudanças estruturais trazidas por modelos econômicos e políticos na sociedade.

ABSTRACT

How have social dynamics changed in the last 20 years in Brazil? This thesis attempts to add to the class discussion of how economic and political choices have voiced the most popular classes in this country. To understand a little more about this we go deeper into understanding and recognizing other facets of consumption from psychoanalysis, understanding it as a tool of identity and empowerment in the social and political environment. We seek to understand how consumption has secured a new place of space and speaks to the hitherto overlooked by the mainstream media, politicians, corporations. We analyze the dynamics between those who seek the new space and those who feel invaded. In the capitalist environment in which we live, we are often impelled to recognize our identity through consumption and from the moment social shuffling occurs through policies to reduce concentration of income and ease of credit have a crisis of identity between classes, in this work we will observe this from some examples such as Rolezinho and Funk Ostentação. We seek in psychoanalysis a light to understand the structural changes brought about by economic and political models in society.

RESÚMEN

¿Cómo ha cambiado la dinámica social en los últimos 20 años en Brasil? Este artículo intenta agregar a la discusión de clase cómo las elecciones económicas y políticas han expresado las clases más populares en este país. Para comprender un poco más sobre esto, profundizamos en la comprensión y el reconocimiento de otras facetas del consumo desde el psicoanálisis, entendiéndolo como una herramienta de identidad y empoderamiento en el entorno social y político. Buscamos entender cómo el consumo ha asegurado un nuevo lugar de espacio y habla a los hasta ahora ignorados por los principales medios de comunicación, políticos y corporaciones. Analizamos la dinámica entre aquellos que buscan el nuevo espacio y aquellos que se sienten invadidos. En el entorno capitalista en el que vivimos, a menudo nos vemos obligados a reconocer nuestra identidad a través del consumo y desde el momento en que se produce la confusión social mediante políticas para reducir La concentración de ingresos y la facilidad de crédito tienen una crisis de identidad entre las clases, en este trabajo lo observaremos a partir de algunos ejemplos, como Rolezinho y Funk Ostentação. Buscamos en el psicoanálisis una luz para comprender los cambios estructurales provocados por los modelos económicos y políticos en la sociedad.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 EVOLUÇÃO DO PIB REAL PER CAPITA* ANO BASE 1994= 100

GRÁFICO 3 EVOLUÇÃO DA RENDA DOMICILIAR PER CAPITA EM R\$ DE OUTUBRO 2012

GRÁFICO 4 REGIÕES METROPOLITANAS TAXA DE DESEMPREGO ABERTO – MÉDIA 30 DIAS (%)

GRÁFICO 5 EVOLUÇÃO DO SALÁRIO MÍNIMO REAL* Índice 1994= 100

GRÁFICO 6 EVOLUÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS COM VÍNCULO FORMAL DE EMPREGO (MILHÕES DE EMPREGADOS)

GRÁFICO 7 CUSTO DA CESTA BÁSICA COM O PROPORÇÃO DO SALÁRIO MÍNIMO (%)

GRÁFICO 8 BOLSA FAMÍLIA – FAMÍLIAS ATENDIDAS E VALOR DOS BENEFÍCIOS

GRÁFICO 9 TAXAS DE POBREZA PESSOAS POBRES (% DA POPULAÇÃO TOTAL)

GRÁFICO 10 COEFICIENTE DE GINI

GRÁFICO 11 ORÇAMENTO DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

GRÁFICO 12 EXPANSÃO DA REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL TECNOLÓGICA

GRÁFICO 13 PROUNI BOLSAS OCUPADAS

GRÁFICO 14 CLASSES A,B,C,D e E NO BRASIL

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. PANORAMA ECONÔMICO E POLÍTICO ÚLTIMOS 20 ANOS.....	11
3. PSICANÁLISE E CONSUMO.....	22
4. CONSUMO DE INCLUSÃO.....	29
5. INCLUSÃO X PERTECIMENTO.....	35
6. CONCLUSÃO.....	39
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
8. ANEXOS.....	42

1. INTRODUÇÃO

A forma e motivo de consumo mudou muito nos últimos anos no Brasil, entramos na era do hiperconsumo. A partir de referências pessoais, pude perceber claramente como o consumo se transformou com o passar dos anos, de uma geração para a outra.

A proposta seria analisar uma parcela dessas mudanças com foco no crescimento da economia e liberação de crédito para as classes populares e como isso impactou a estrutura social do país. O tema proposto é fazer uma análise psicanalítica desse ponto e observar o impacto de identidade e nas dinâmicas que essas transformações causaram no cotidiano dos consumidores de cada classe.

O tema entra em destaque nos dias atuais em que o país tem uma crise econômica. Como parte da sociedade está percebendo a crise, perdendo todo o consumo de inclusão que lhe foi permitido nos últimos anos? Com a explosão da economia e desenvolvimento do capitalismo nas últimas décadas temos a evolução do consumo das classes mais baixas de um consumo de necessidade e sobrevivência para um consumo de pertencimento, como isso alterou estruturalmente a sociedade.

Uma vez que a análise psicanalítica estuda os desejos, valores e anseios humanos, poderia ser uma lente para entender as escolhas de um consumidor e as reações da sociedade com a ascensão de uma nova classe. Compreendendo os processos psicológicos do consumidor que vivenciou a escassez financeira, podemos questionar até qual o papel da mídia, sistema político ou qual seria o do consumo como parte de uma formação intrínseca do ser de ser ativo e pertencente ao seu meio ou ao meio em que gostaria de participar (aspiração).

Qual foi o impacto da inclusão das classes populares por meio do consumo, qual o resultado a economia e a política está colhendo desse boom de consumo trazido pela economia e política dos últimos 20 anos?

Como a classe popular passou por isso e como ela está hoje? Como isso pode ter influenciado na polarização vista no país? Temos como entender a inclusão pelo consumo como um precedente da rivalidade atual entre os grupos e classes? É possível entendermos um pouco mais a partir da psicanálise esse panorama de associação e entendimento dos acontecimentos e traçarmos um paralelo de como deve evoluir o consumo e suas consequências na economia e política do país com esse novo governo?

2. PANORAMA ECONÔMICO E POLÍTICO ÚLTIMOS 20 ANOS

Para iniciarmos o estudo vamos trazer elementos que demonstram a evolução econômica e das condições sociais do Brasil de 1994 a 2014, por meio do estudo publicado em 2014 por Gerson Gomes e Carlos Antonio da Cruz pelo Centro de Altos Estudos Brasil séc. XXI.

Nos próximos gráficos veremos claramente a evolução e ascensão das classes populares a partir da década de 2000, temos uma evolução clara em PIB Real Per Capita, Renda Domiciliar Per Capita, Total de Empregados Formais, Salário Mínimo e Investimentos em Educação. Observamos também a queda nas taxas de Desemprego, Pobreza e Gini (Indicador de desigualdade social). Assim trazemos elementos lógicos e econômicos que comprovam o fenômeno que possibilitou a ascensão das classes C/D/E como seres ativos na econômica e seres participantes socialmente. O aumento de carros nas ruas, de pessoas nas praias e dos aeroportos cheios são consequência dos números apresentados abaixo, as classes populares saem de uma fase de sobrevivência para uma fase de consumo e maior participação em atividades sociais.

Segue o comentário de Gerson Gomes que precede as informações econômica:

A partir de 2003, com a mudança de orientação programática na administração do País, merecem especial referência: a introdução de um novo padrão de distribuição de renda, fundado em políticas permanentes de elevação progressiva do salário mínimo real, de transferência de renda aos setores economicamente mais frágeis, de formalização do mercado de trabalho, democratização do crédito e ampliação da cobertura previdenciária, que propiciou a expansão significativa do mercado interno e modificou o perfil da estrutura social brasileira; as políticas de consolidação financeira do setor externo, com a forte elevação das reservas internacionais e redução relativa do endividamento externo do país; a recuperação de instrumentos de coordenação da política de desenvolvimento, como o planejamento do investimento público, a política industrial, a utilização do poder de compra do Estado, entre outros, que haviam sido abandonados em períodos anteriores; e as políticas anticíclicas adotadas para enfrentar a crise de 2008, que limitaram a magnitude dos seus impactos imediatos e permitiram preservar o nível de emprego, as políticas sociais e a estabilidade macroeconômica, apesar das dificuldades associadas a um cenário internacional marcado pela instabilidade dos mercados financeiros e tensões recessivas, que ainda subsistem, nas principais economias desenvolvidas. (GOMES, 2014, p.05)

Primeiro vamos ressaltar os avanços econômicos, no gráfico 1 temos a crescente evolução do PIB (Produto Interno Bruto) que salta de 104 bi em 2003 para 136 bi em 2013, um crescimento de 30% , ou seja, o Brasil aumenta bastante sua produção aumentando assim a circulação de dinheiro, o PIB é um dos principais indicadores de quantificação de atividade econômica do país.

**EVOLUÇÃO DO PIB REAL PER CAPITA*
ANO BASE 1994= 100**

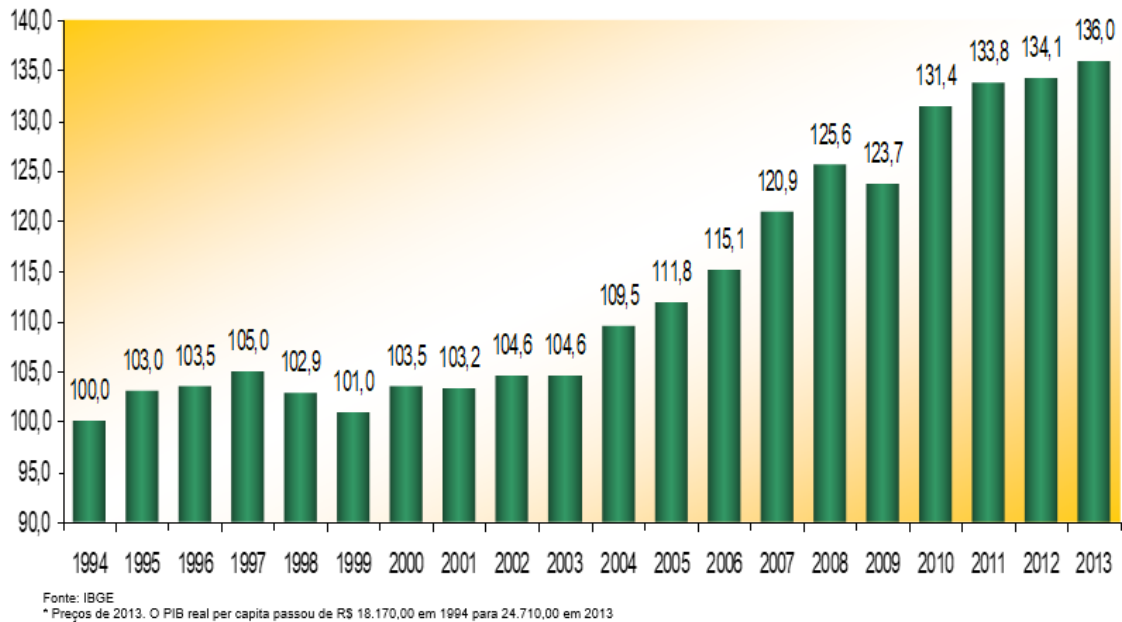
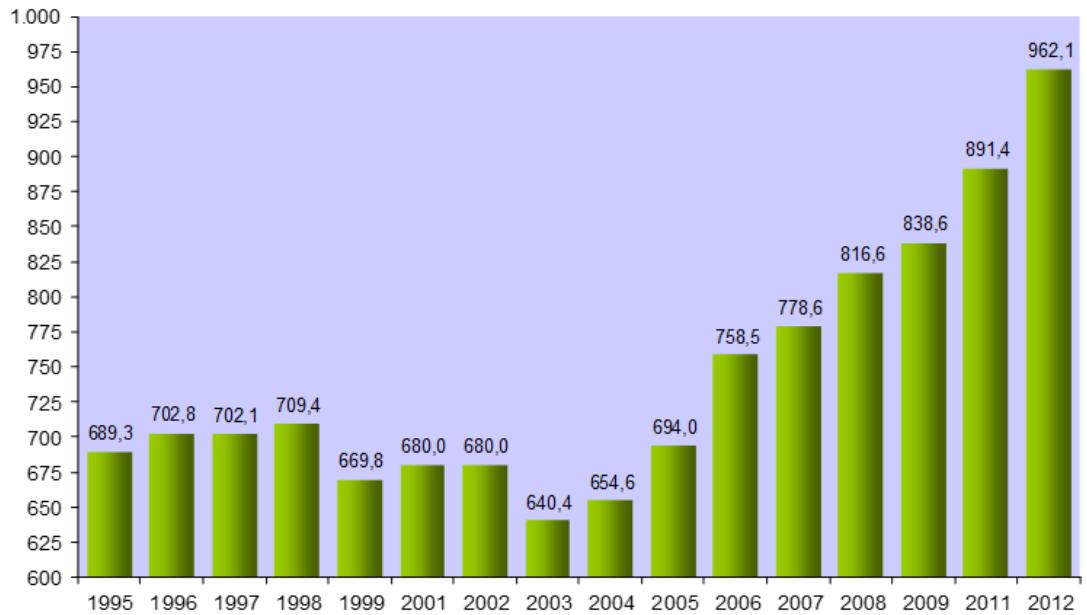


Gráfico 1

No segundo gráfico podemos perceber a evolução da renda domiciliar, ou seja, o dinheiro que circula é melhor distribuído chegando a um maior número de pessoas. Há um crescimento de 50% de 2003 para 2014, com um ganho real de poder de comprar na renda per capita do país.

No gráfico 3 temos o Rendimento Mensal Domiciliar Per Capita Médio e Variação de 2004 a 2012 por quintil. Nesse gráfico percebemos que todas as classes sociais tiveram crescimento, ou seja, nenhuma classe foi prejudicada no rendimento durante esses anos. Não foi necessário tirar da classe média ou alta para aumentar a renda das classes populares.

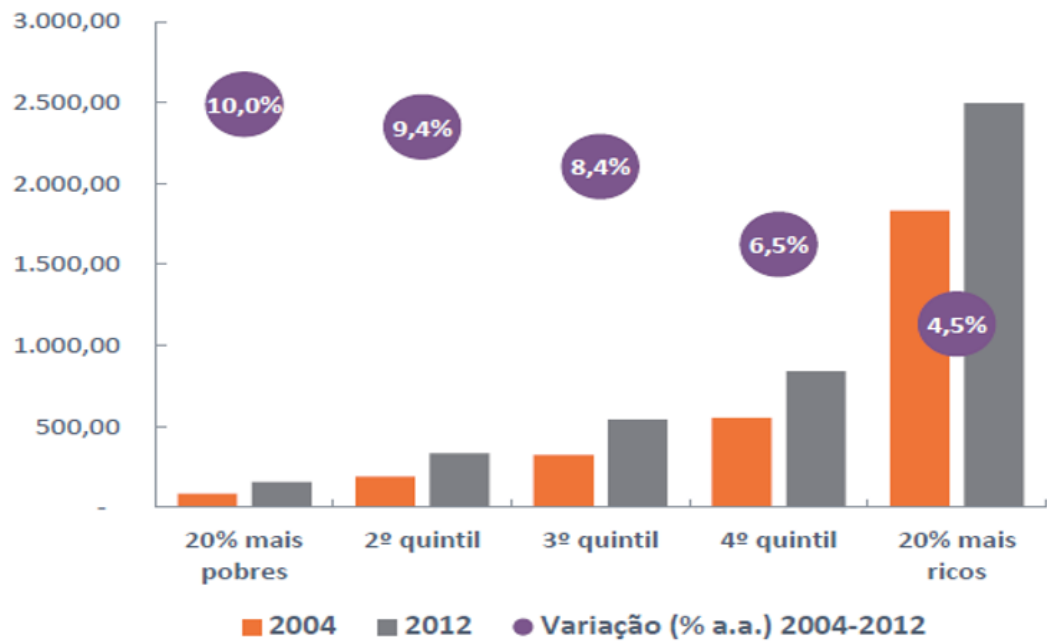
**EVOLUÇÃO DA RENDA DOMICILIAR PER CAPITA
EM R\$ DE OUTUBRO 2012**



Fonte: Ipeadata / PNAD
Nota: Em 1994, 2000 e 2010 não foram publicados

Gráfico 2

**RENDIMENTO MENSAL DOMICILIAR PER CAPITA MÉDIO E VARIAÇÃO DE 2004
A 2012 POR QUINTIL DO RENDIMENTO MENSAL DOMICILIAR PER CAPITA**

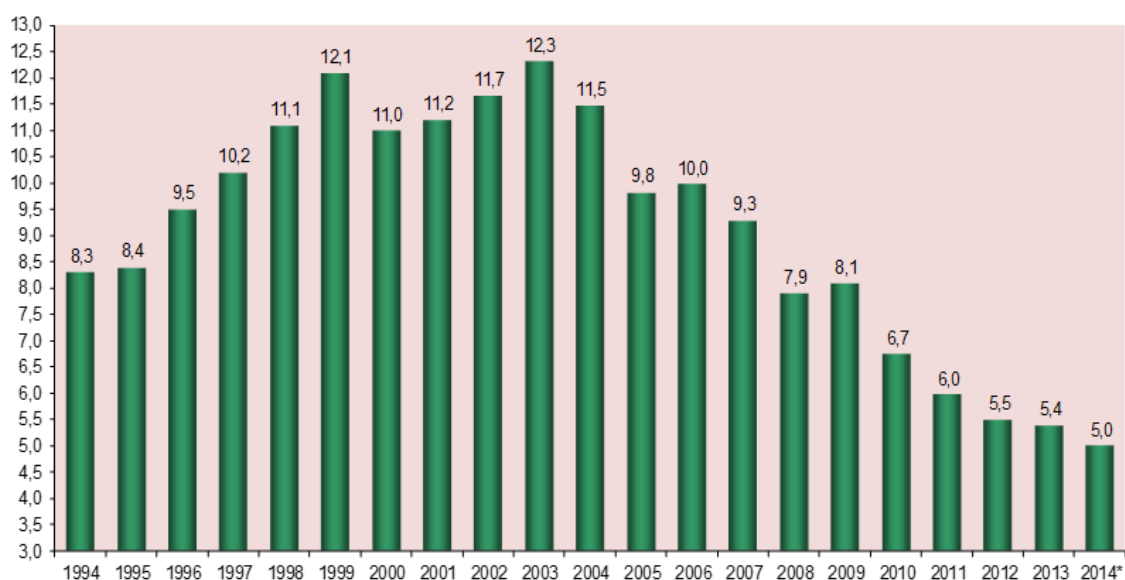


Fonte: Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão - Caderno de Monitoramento do PPA - 2012-2015

Gráfico 3

Um dos principais fatores para aumentar a renda per capita domiciliar é o aumento de pessoas empregadas no país, que podemos observar nos gráficos 4 e 5. O gráfico 4 mostra a taxa de desemprego no país que saiu de 12% em 2003 para 5% em 2014 e o gráfico 5 traz que grande parte dessa redução na taxa de desemprego foi consequência de um aumento total de empregados com vínculo formal que foi de 28 milhões em 2003 para 46 milhões em 2012.

**REGIÕES METROPOLITANAS
TAXA DE DESEMPREGO ABERTO – MÉDIA 30 DIAS
(%)**



* Dados de abril
Fonte: IBGE

Gráfico 4

**EVOLUÇÃO DO NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS COM VÍNCULO FORMAL DE EMPREGO
(MILHÕES DE EMPREGADOS)**

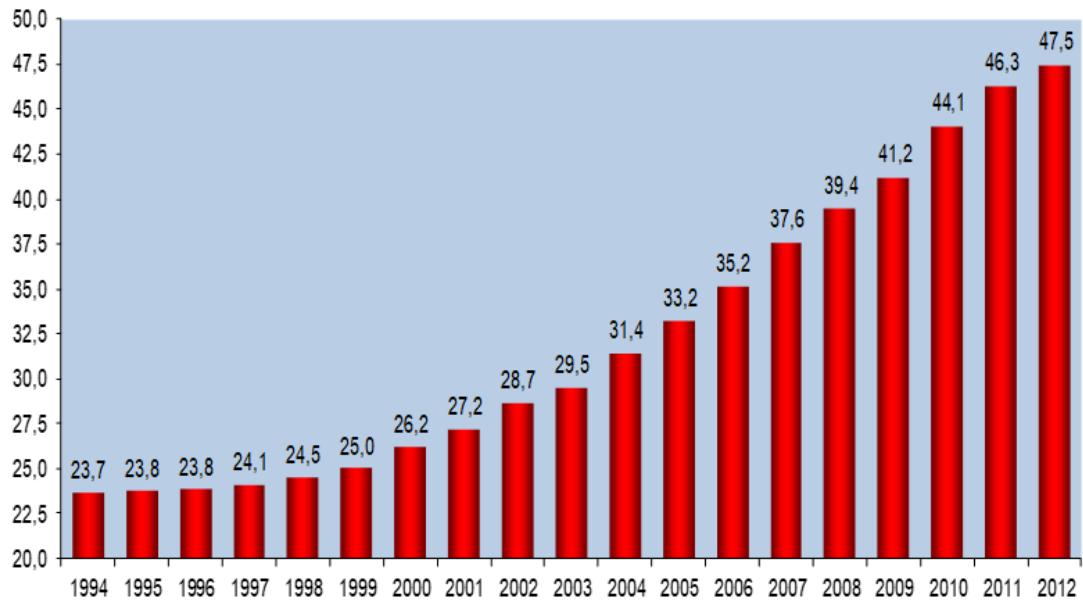


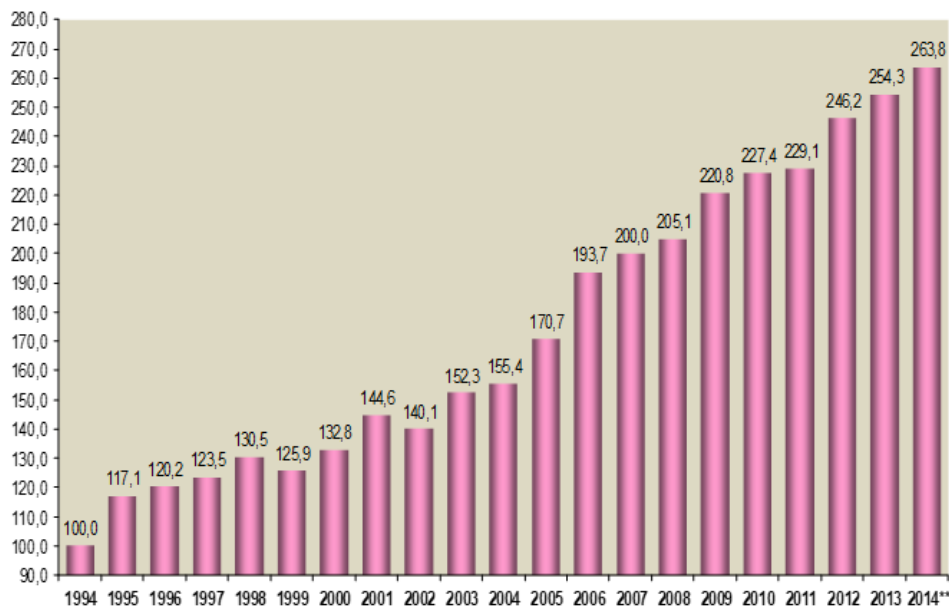
Gráfico 5

No 6º gráfico percebemos que além de aumentar os postos de trabalho temos um aumento real do salário mínimo, cerca de 160% de aumento 2013 x 1994. Ao considerar mais pessoas trabalhando e ganhando mais criamos um potencial de consumo altíssimo nas classes populares. O que é reforçado no gráfico 7 pelo percentual que a cesta básica representa dentro do salário mínimo, que em 1995 representava 95% da cesta básica chegando a representar 50% em 2014, ou seja, aumenta o dinheiro disponível para consumo além das necessidades básicas o que aquece a demanda e gira os estoques produzidos causando um ciclo de mais produção e mais consumo. Esse é um gráficos que mais corroboram para o trabalho aqui exposto.

M E M O:

**EVOLUÇÃO DO SALÁRIO MÍNIMO REAL*
Índice 1994= 100**

Salário Mínimo Nominal (R\$)	
1994	70,0
1995	100,0
1996	112,0
1997	120,0
1998	130,0
1999	136,0
2000	151,0
2001	180,0
2002	200,0
2003	240,0
2004	260,0
2005	300,0
2006	350,0
2007	380,0
2008	415,0
2009	465,0
2010	510,0
2011	545,0
2012	622,0
2013	678,0
2014**	724,0

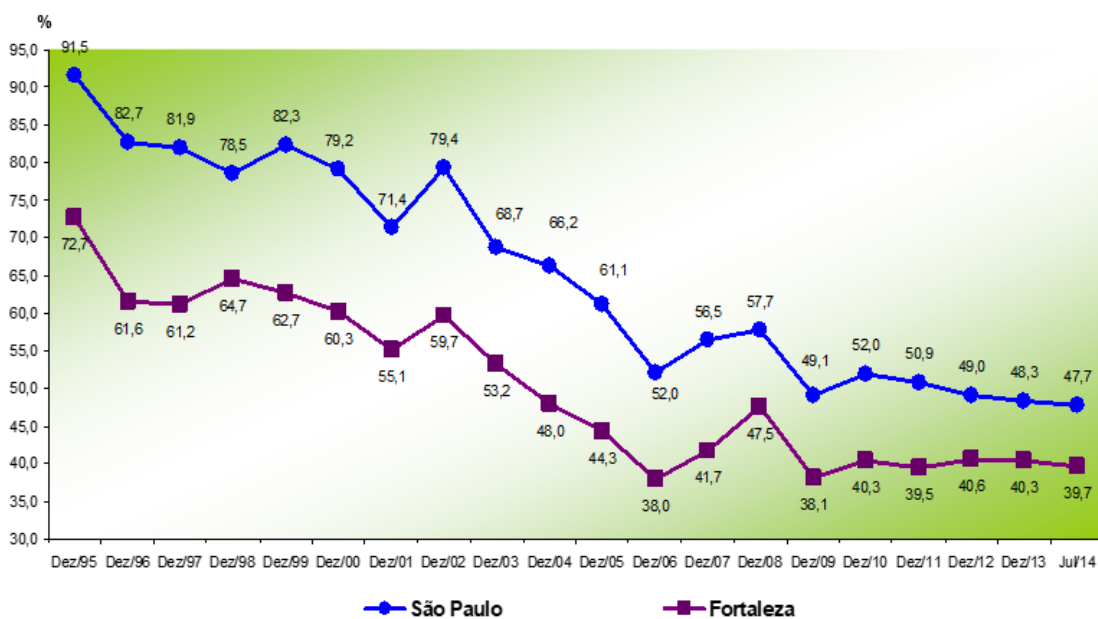


* Deflacionado - INPC
** Posição em Jan
Fonte: DIEESE

cc

Gráfico 6

CUSTO DA CESTA BÁSICA COMO PROPORÇÃO DO SALÁRIO MÍNIMO (%)



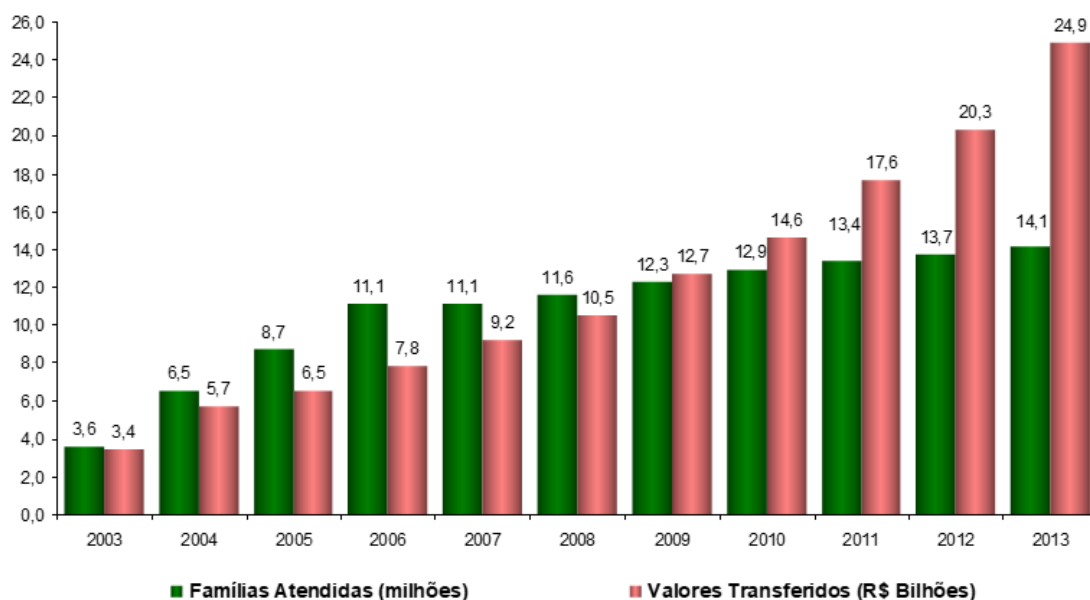
Fonte: DIEESE

Gráfico 7

Nos próximos gráficos acompanharemos números de políticas sociais do governo Lula e Dilma, primeiro observamos no gráfico 8 o número crescente de famílias atendidas com Bolsa Família e, chegando a 14 milhões de família com o repasse de 24 bilhões em 2013, a partir de 2010 percebemos o crescimento principalmente em valores transferidos que indica um incremento no valor por família. Vale ressaltarmos a definição do bolsa-família pela caixa federal:

É um programa de transferência direta de renda, direcionado às famílias em situação de pobreza e de extrema pobreza em todo o País, de modo que consigam superar a situação de vulnerabilidade e pobreza. O programa busca garantir a essas famílias o direito à alimentação e o acesso à educação e à saúde (CAIXA FEDERAL, 2019)

BOLSA FAMÍLIA – FAMÍLIAS ATENDIDAS E VALOR DOS BENEFÍCIOS



Fonte: MDS

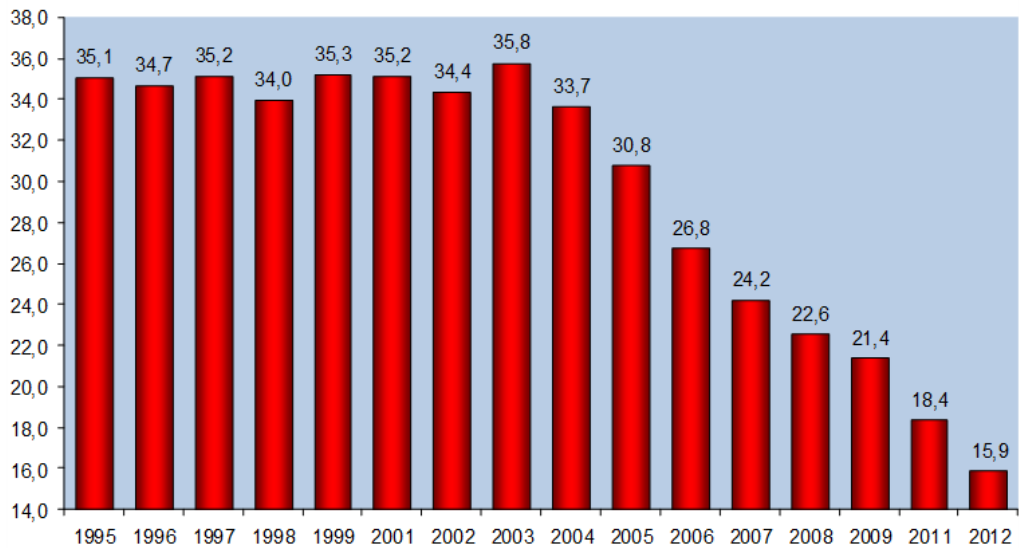
Gráfico 8

Vemos no gráfico 9 a diminuição da taxa de pobreza no país, saindo de 35% em 1995 para 15% em 2013. No gráfico 10 podemos perceber que a evolução econômica atrelada ao crescimento de empregos e de políticas sociais traz um resultado de diminuição da desigualdade social no país, o coeficiente de gini é um modelo de medição internacional que afixa várias características que indicam o grau de desigualdade de um país:

O coeficiente de Gini, criado pelo matemático italiano Conrado Gini, é um instrumento estatístico para medir a desigualdade de uma distribuição. Por isso ele

é utilizado para mensurar a diferença entre rendimentos dos que têm mais e os que têm menos. O objetivo central é analisar a concentração de renda para apresentar as desigualdades.(ARAUJO, 2019, p.1).

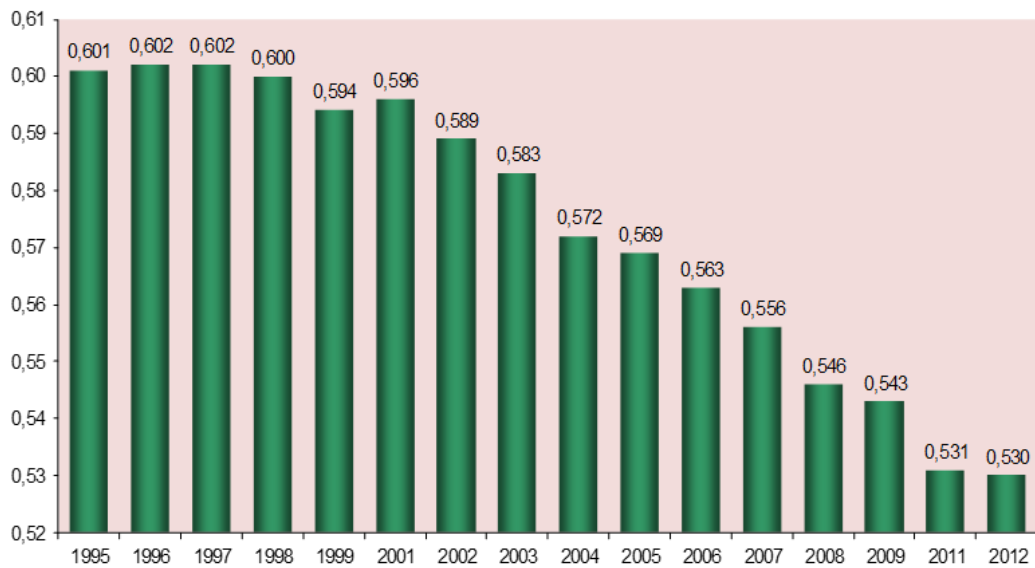
TAXAS DE POBREZA PESSOAS POBRES (% DA POPULAÇÃO TOTAL)



Fonte: Ipeadata
Nota: 1994, 2000 e 2010 não foram publicados

Gráfico 9

COEFICIENTE DE GINI

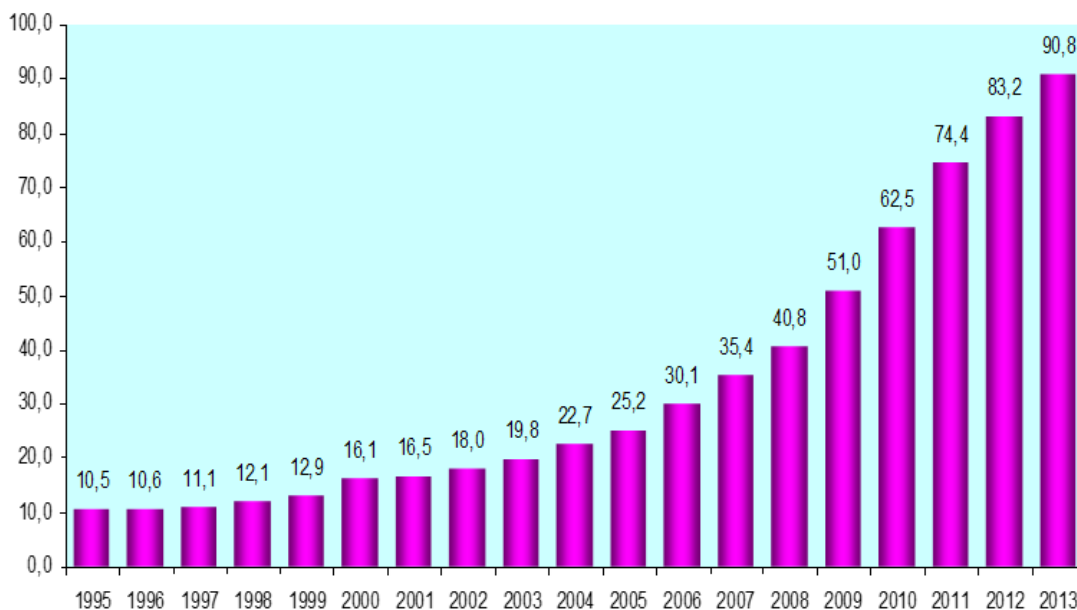


Fonte: Ipeadata
Nota: 1994, 2000 e 2010 não foram publicados

Gráfico 10

Para finalizar observamos também os avanços em investimento na educação do país, os governos de Lula e Dilma aumentaram o investimento em educação superior aumentando muito o número de escolas tecnológicas e bolsas para que estudantes concluíssem sua graduação em faculdades particulares. Percebemos no gráfico 11 que o orçamento do ministério da educação passou de 19 milhões em 2003 para 90 milhões em 2013, isso ocasionado pelas políticas de fomentação da educação superior, como fies (financiamento pelo governo de faculdades particulares para alunos da rede pública), prouni (bolsas em faculdades particulares em parcerias com o governo para alunos de escola pública) observados no gráfico 13 que indica quem em 2013 o país chegou a distribuir mais de 1 milhão de bolsas. E também o investimento na expansão de instituições tecnológicas federais, saltando de 178 em 2008 para 563 em 2013, como visto no gráfico 12.

ORÇAMENTO DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO*
(VALOR CORRENTE)

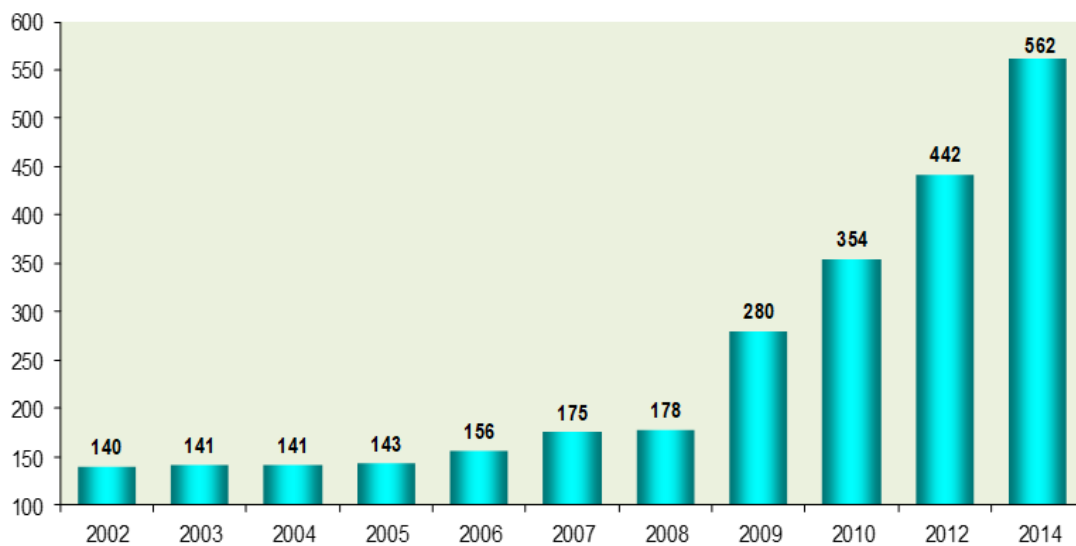


* Orçamento da administração direta e indireta. Inclui Fies e Salário-Educação (RS bilhões)
Fonte: MEC

Gráfico 11

EXPANSÃO DA REDE FEDERAL DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL TECNOLÓGICA

Número de Instituições

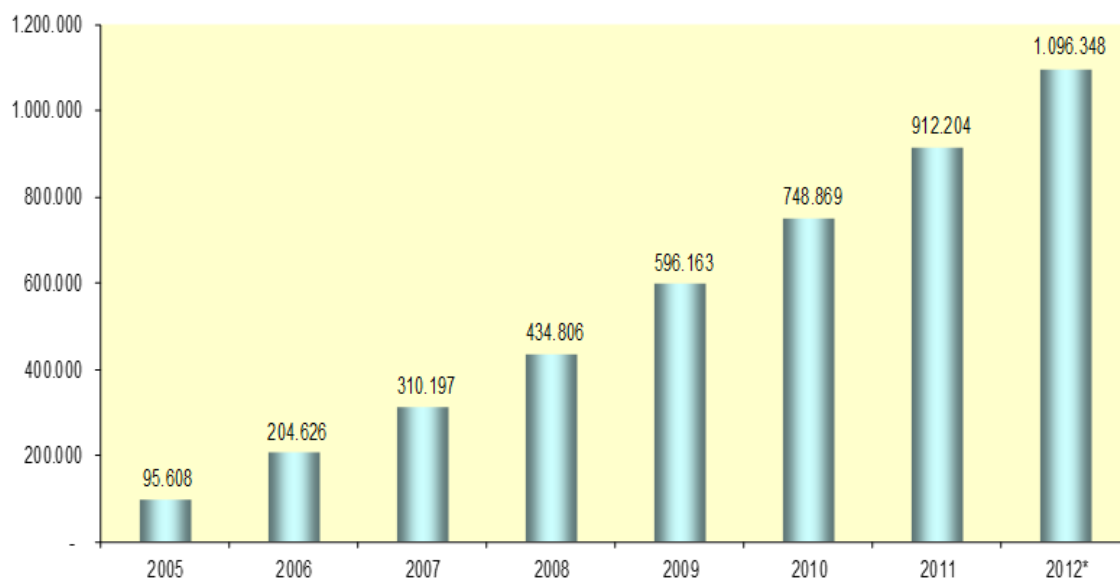


Fonte: MEC

Gráfico 12

PROUNI - BOLSAS OCUPADAS

Quantidade acumulada



Fonte: Sinopse das Ações do Ministério da Educação

Gráfico 13

Essas informações econômicas são importantes para determinarmos o que aconteceu com a estrutura social do país com a eleição de governos (Lula e Dilma) pautados em políticas sociais de distribuição de renda. Desde o aumento do PIB até o investimento e educação superior vemos que as classes C/D/E conquistaram a possibilidade de participar no meio social. Nos próximos capítulos vamos entender um pouco sobre a relação entre o ser social e consumo por meio da psicanálise e depois decorrer um pouco sobre como essa participação das classes populares ocorreram no Brasil e mudaram as dinâmicas econômicas, políticas e sociais entre os indivíduos.

3. PSICANÁLISE E CONSUMO

Antes de analisarmos os reflexos da conjuntura política e econômica nas dinâmicas das classes mais pobres é importante trazermos ao conhecimento do leitor conteúdos de associação entre Psicanálise e Consumo, como o consumo atua e reage no comportamento humano. Para esse capítulo teremos como bases os livros *Desejo e Adição na relação de Consumo* de Pedro de Santi (2011) e *O Vestígio e a Aura* de Jurandir Ferreira Costa (2005).

Para iniciarmos é importante trazermos o conceito do paciente atual “caso-limite”, no qual a queixa principal é o mal-estar difuso, tédio e vazio existencial e tem como busca de solução imediata o prazer, Pedro de Santi, relata:

O termo a cultura do narcisismo” foi criado no final da década de 1970 pelo antropólogo americano Cristofer Lash. Ele diz a respeito a um recrudescimento do individualismo característico da modernidade. Sem esperança no futuro ou na política, o homem contemporâneo definitivamente teria mergulhado na busca de um prazer imediato e desvinculado de qualquer sentido coletivo. O consumismo é uma das expressões mais diretas desta cultura (SANTI, 2011, p.11).

As mudanças culturais das últimas décadas traz um indivíduo que já não confia nas instituições básicas (governo, família e religião) buscando no imediatismo o preenchimento do vazio existencial que lhe persegue, o imediatismo da cidade, da pressa, do tempo, da internet e redes sociais se consuma dentro do indivíduo. E é nessa linha que o hedonismo e a busca do prazer imediato se torna um grande ponto de referência e fuga do ser moderno.

Muitos trazem o consumo como “demonização” no qual a explicação rápida e superficial é que nos tornamos uma massa manipulável e impelida a consumir desenfreadamente por essas dificuldades de preenchimento e satisfação do homem moderno. Mas é preciso trazer as outras facetas e complexidade do consumo, entender também os reflexos dessa ação como um alavancador social diante da dinâmica atual da sociedade:

A questão é ambígua; podemos comemorar o acesso ao consumo de camadas cada vez mais amplas da sociedade e reconhecer a conquista da cidadania, da inclusão social e humanização. Ao mesmo tempo podemos lamentar que estes acessos não se deem por outras vias da cultura e que o consumo passe a ser o paradigma único na intermediação das relações pessoais. Podemos igualmente comemorar o acesso mais difundido a processos de subjetivação e, ao mesmo tempo, termos de nos haver os impasses que o individualismo moderno sempre impõe ao convívio social e a vida política.” (SANTI, 2011, p.15)

Para ajudar a reflexão sobre até que ponto somos seres domados e passivos no processo do consumo ou em que condições somos seres ativos e pertencentes, segue alguns modelos inspirados nos estudos da Ciência social para reflexão consumo no século XX trazidos por Pedro de Santi, em seu livro, *Desejo e Adição na relação de Consumo*:

- Teoria do Rebanho domado:

Nessa teoria temos o consumo e consumidor com uma engrenagem. É preciso que consumam para escoar o estoque produzido. O consumidor é alienado no processo, ele é induzido ao consumo como um estilo de vida para que a roda da produção continue girando. Ele pode até escolher dentro do processo, em um aspecto de customização, mas até esse ponto está dentro das estratégias e produções de grandes corporações.

- Do uso do produto ao Escoamento do Estoque

Nesse modelo ainda temos o consumidor alienado mas o consumo além de permitir o escoamento do estoque garante toda a cadeia produtiva (empregos, impostos, etc.). Para que a economia gira e cresça é preciso garantir que o consumo não pare. Trazendo à tona a importância de uma dinâmica do consumo ligado ao prazer, o prazer adquirido pelo consumo acaba e logo você terá que consumir novamente.

- Consumo como procedimento de produção da diferença de classes e singularização

Nesse modelo temos o consumidor como um indivíduo ativo na busca da sua diferenciação e status social. Antes o indivíduo nascia com sua identidade social, é só lembrarmos a importância dos sobrenomes e como famílias era conhecidas na sua cidades. Com a modernidade o homem precisar buscar o seu lugar social e nesse modelo essa busca é por meio do consumo. A partir das marcas que consome, dos lugares que frequenta, do carro que usa ele ganha um status no meio em que vive.

- A sensibilidade romântica e a busca pela insatisfação

Esse modelo trata de aprofundar a questão do consumo como a busca da insatisfação pelo indivíduo sensível, não se consome para ter mas para sentir e expressar seus anseios e gostos. E o consumo garante a insaciabilidade emocional que o homem busca, se consome hoje tem o gozo hoje e está pronto para querer de novo.

- A construção de um estilo próprio

Neste modelo temos o consumo como uma forma de expressão e projeção do eu interior do indivíduo, a crescente ansiedade e incerteza inerente ao homem faz ele querer

se diferenciar e se posicionar no mundo. A partir disso o consumo de torna a ferramenta e suas escolhas de compras o ajudam em sua diferenciação no mundo.

Esses modelos não são excludentes e nos ajudam a desenhar um caminho para entender a relação homem versus consumo, graus diferentes de alienação, de passividade ou de envolvimento e pertencimento trazido pelo consumo.

Pedro de Santi em seu livro coloca a dificuldade em encontrar estudos mais profundos na área, temos uma corrente forte de consumo como alienante e massificador, mas é importante traçarmos uma outra faceta, observá-lo a partir de uma ótica de instrumento que usamos para lidar com nossas questões existenciais. Vamos começar com Campbell e uma explicação de porquê consumimos?:

Para tal questão existe uma série de respostas amplamente aceitas, que vão da satisfação da necessidade até a emulação do outro, a busca do prazer ou a afirmação de um status, etc. Contudo ao procurar entender porque o consumo tem tanta importância na vida das pessoas, conclui-se que talvez esteja suprindo uma função muito mais importante do que apenas satisfazer motivos ou intenções específicos que incitam seus atos individuais. Em outras palavras, é possível que o consumo tenha uma dimensão que o relacione com as mais importantes e definitivas questões que os seres humanos possam se fazer, questões relacionadas com a natureza da realidade e com verdadeiro proposito da existência – questões do “ser e saber” (CAMPBELL apud SANTI, 2011, p. 35).

Com o advento na modernidade a partir de 1.500 o homem perde todos os seus laços tradicionais e encontra na subjetividade a liberdade e espaço para a construção do eu. Para entendermos sobre isso podemos passar por 3 caminhos: a Subjetividade soberana, na qual o sujeito busca o individualismo soberano, nega a tradição, religião e família em favor da sua liberdade individual e na busca de suas sensações, toma uma o mundo apenas como representação; a subjetividade interiorizada e reflexiva que traz a obrigação do homem que foi deixado no vazio existencial de construir um sentido para a sua vida, ele mergulha na reflexão em si mesmo e busca uma forma de conviver com o mundo, temos a expressão do neurótico “seres em conflitos e em sofrimento, mas relativamente capazes de encontrar um lugar par si mesmo no mundo com poucas referências internas.”(Santi, 2011, p. 38); e Modernidade e Contemporaneidade no qual com as perda das estruturas medievais como referência o homem ganhou uma liberdade ilimitada e com isso uma angústia trazida por um sentimento de impotência, a insaciabilidade e excesso de informações e objetos mas a impossibilidade de encontrar a si mesmo.

O que trazemos até aqui foram alguma visões que tire o consumo de algo absolutamente alienante, maléfico e supérfluo e o reconheça também como um

mecanismo de busca de saciedade pelo indivíduo, busca de sensações, desejo, formação e expressão do seu próprio eu, claro existe níveis e a questão da compulsividade, mas trazemos Campbell novamente para um resumo:

A pergunta quem sou eu? ainda continuará a incluir algumas definições básicas como sexo, raça, nacionalidade etnia, religião. Mas o que gostaria de sugerir é que esses identificadores não são mais do que uma moldura de parâmetros daquilo que consideramos ser (...) pois a pessoa que nós realmente achamos que somos, ou o eu real se você preferir, se encontra em nossa mescla ou combinação especial de gostos. É aí que percebemos que nossa especificidade como indivíduos – nossa individualidade – realmente existe(...)

Contudo, se esse argumento é válido, isso significa que a proliferação de escolhas, característica da sociedade consumidora moderna, é essencial para que venhamos a descobrir quem somos (...) Atividade de consumir pode ser considerado um caminho vital e necessário para o autoconhecimento. (CAMPBELL apud SANTI, 2011,p.42) .

Para reforçamos esse ponto de vista trago a colocação de Jurandir Freire Costa sobre a importância do consumo e da materialidade na nossa expressão:

(...)A ideia de que sentimos sem expressão material é uma ficção idealista desprovida de sentido. Experiências emocionais ou se exteriorizam em coisas e eventos extra corporais ou desembocam no beco sem saída da psicopatologia. Emoções são feitas de imagens e narrativas de caráter mental, mas também das propriedades que lhe são emprestadas por objetos e situações materiais: peso, cor, cheiro, som, largura e profundidade Não conhecemos criaturas humanas que não tenham parte de suas emoções extrovertidas nos objetos do ambiente. Imaginar um eu, uma consciência, ou um inconsciente confinados do “interior da mente” ou “dentro” dos limites do corpo físico é ir de encontro à mais corriqueira evidência. Todos temos relações emocionais com objetos, que inúmeras vezes, são mediadores necessários à aproximação com o outro. Satisfazer-se emotivamente com a posse das coisas não é apenas moralmente legítimo; é psicologicamente indispensável ao equilíbrio afetivo. (COSTA, 2005,p.18)

Para interligarmos o consumo e psicanálise vamos definir desejo do ponto de vista psicanalítico, Pedro de Santi inicia essa definição assim:

“Vale dizer que o desejo está ligado a uma falta. Ele é justamente o movimento que vai de uma falta em direção ao objeto supostamente capaz de supri-la. Um sentimento de privação gera um impulso (ânsia ou urgência) que exige descarga. Assim, em termos psicanalíticos, o desejo se liga à falta de um objeto, e ao mesmo tempo à descarga é vivida como prazer e a busca por ele é o principal motor do funcionamento mental.” (SANTI, 2011, p.51)

Freud traz que para conseguirmos passar por transformações e adaptações da natureza e culturais perdemos os instintos, reações biológicas de sobrevivência, com isso sentimos essa falta nos faz buscar objetos e prazeres que a satisfizessem. O consumo se torna mais uma dessas buscas, mas em muitos casos é definido como uma busca supérflua, mas quem definiu quais são as buscas legítimas?

É comum que a necessidade e o desejo se oponham, com privilégio da primeira e censura da segunda. Por necessidade, no entanto, toma-se uma definição biológica: alimentação, abrigo, fuga do perigo. Partindo dessa base, os currículos

concêntricos tomados pelo desejo iriam em direção ao supérfluo, ao luxo. Para um estudiosos da Ciência Humanas a formulação de que os desejos primários humanos se restringem ao plano biológico é inaceitável. Na perspectiva psicanalítica que representamos, podemos dizer que o homem tem a necessidade primária de prazer, excesso, diferença. As experiências que não propiciam isso impõe ao indivíduo uma subsistência, uma sobrevivência pobre e insuportável. Tudo leva a crer igualmente que todo homem busca primariamente a relação com outro. Essas necessidades são concomitantes as biológicas e não se seguem a elas. Não somos primeiro animais que, apenas depois de supridas nossas necessidades biológicas, passamos a ter anseios e experiência humanas. (SANTI, 2011, p.56)

Depois do desejo precisamos entender um pouco sobre adição, no qual o objeto passa de uma falta para uma necessidade urgente do qual o indivíduo não tem mais razão a não ser a busca e utilização do objeto em qual seu desejo e necessidade foi depositado. A busca pelo prazer e imediato e urgente vai além do consumo de substancia tóxicas (drogas, álcool e cigarros) e passa na contemporaneidade também por exercício físico, rede social e consumo. A adição no consumo traz a ligação a definição maléfica do termo, no qual o ato de consumir se torna alienante e necessário a existência do indivíduo. Temos a compulsividade e negligência dos outros aspectos da vida do indivíduo para o alcance do objeto em que ele acredita em que está sua saciedade.

Outro ponto importante de discussão é avaliação de Jurandir Costa sobre o ponto de insatisfação emocional como motor do consumismo trazido por Jean Braurillard em *La Societé de consommation* de 1970. Baudrillard traz que o homem moderno foi acometido pela obrigação de ser feliz que é acompanhada pela insaciabilidade emocional. O homem busca infinitos meio de consumir para garantir que esteja vivendo uma vida hedonista, completa e cheia. E isso o torna insaciável, pois como medir e garantir a felicidade a todo o tempo? Nessa busca desenfreada pela felicidade, segundo Baudrillard, o consumo vem como imperativo de diferenciação do indivíduo, o consumo vem como balizador do quão feliz se é. Mas afinal como definir que se é feliz? Como manter a felicidade? Essa busca muitas vezes abre as portas para adição.

O ponto do consumo como diferenciação me faz questionar a confusão na questão de determinação do seu lugar na sociedade, o consumo indica que classe você pertence, com quem anda e onde mora, ou seja, agora você se determina pelo que consome, pelo que conquista. Mas empresto a frase de Jurandir para um questionamento “É desconhecer que o consumo é a desigualdade social dissimulada como igualdade de oportunidades econômicas”. Ou seja, o consumo permite a expressão e seu lugar no mundo, mas se lhe permite isso é porque você já foi privilegiado com essa opção? A meritocracia do consumo não se afasta tanto das definições de seu papel na sociedade

antigas (de quando o sobrenome ou local em que nasceu indicava o seu lugar no mundo) agora o meio e as condições em que nasce determina a sua possibilidade ou não de expressão pelo consumo.

Percebemos claramente no Brasil, que o consumo começa a ganhar novas dinâmicas se tornando um instrumento de participação do povo a partir de 2000, até então o país foi construído em um histórico excludente que carrega o privilégio e o abuso de classes desde em que foi colonizado pelos portugueses, trago duas citações de Marilena Chaui que nos contextualizam do histórico social de desigualdade no país:

É uma sociedade na qual as leis sempre foram armas para preservar privilégios e o melhor instrumento para a repressão e a opressão, jamais definindo direitos e deveres concretos e compreensíveis para todos. No caso das camadas populares, os direitos são sempre apresentados como concessão e outorga feitas pelo Estado, dependendo da vontade pessoal ou do arbítrio do governante. (...) Para os grandes, a lei é privilégio; para as camadas populares, repressão. “(CHAUI, 2008, p.20)

As disputas pela posse da terra cultivada ou cultivável são resolvidas pelas armas e pelos assassinatos clandestinos. As desigualdades econômicas atingem a proporção do genocídio. Os negros são considerados infantis, ignorantes, raça inferior e perigosa, tanto assim, que numa inscrição gravada até pouco tempo na entrada da Escola de Polícia de São Paulo dizia: “Um negro parado é suspeito; correndo, é culpado”. Os índios, em fase final de extermínio, são considerados irresponsáveis (isto é, incapazes de cidadania), preguiçosos (isto é, maladaptáveis ao mercado de trabalho capitalista), perigosos, devendo ser exterminados ou, então, “civilizados” (isto é, entregues à sanha do mercado de compra e venda de mão-de-obra, mas sem garantias trabalhistas porque “irresponsáveis”). E, ao mesmo tempo, desde o romantismo, a imagem índia é apresentada pela cultura letrada com heroica e épica, fundadora da “raça brasileira”. Os trabalhadores rurais e urbanos são considerados ignorantes, atrasados e perigosos, (...) para não falarmos da tortura, nas prisões, de homossexuais, prostitutas e pequenos criminosos. Numa palavra, as classes populares carregam os estigmas da suspeita, da culpa e da incriminação permanentes.

Essa situação é ainda mais aterradora quando nos lembramos de que os instrumentos criados durante a ditadura (1964-1975) para repressão e tortura dos prisioneiros políticos foram transferidos para o tratamento diário da população trabalhadora e que impera uma ideologia segundo a qual a miséria é causa de violência, as classes ditas “desfavorecidas” sendo consideradas potencialmente violentas e criminosas. Preconceito que atinge profundamente os habitantes das favelas, estigmatizados não só pelas classes média e dominante, mas pelos próprios domina dos: a cidade olha a favela como uma realidade patológica, uma doença, uma praga, um quisto, uma calamidade pública. (CHAUI, 2008 ,p.22)

A partir disso iremos analisar a relação do consumo e do indivíduo como ferramenta de inclusão e pertencimento das classes desfavorecidas no Brasil com o advento de uma melhora econômica e políticas sociais voltadas para inserção delas no meio social do país. Mas cabe traçarmos um paralelo interessante sobre o desenvolvimento do protagonismo da mulher como sujeito ativo a partir da passagem dos séculos, no qual veremos como o consumo trouxe identidade e espaço para as mulheres:

Com relação às mulheres uma parte importante da aquisição da condição de sujeito moderno deu-se por uma transformação em sua relação com a sexualidade, o casamento, a maternidade. A difusão de métodos contraceptivos, a legalização do divórcio e do divórcio, o reconhecimento de seu desejo tudo isso emancipou progressivamente a mulher de sua associação com a condição de objeto a ser (e permanecer) submetido a uma ordem que não reconhecia a ela o direito da voz. (SANTI, 2011,p.119)

O consumo pode ter se tornado uma ferramenta de domínio e expansão do poder feminino, ambientes voltados para as mulheres, economia e objetos criados para elas podem ter iniciado como mais um meio de manipulação e criação de uma cultura de gastos criada pelo capitalismo com a chancela de que as mulheres tão reprimidas de seus desejos e vontades encontrassem no consumo um local de extravasar os seus anseios. Mas também se transformou em uma ferramenta de empoderamento no qual as mulheres se diferenciaram, ganharam espaços de trabalho, aprenderam a negociação, evoluíram nas decisões dos gastos e orçamentos de casa e o mercado teve que aprender e entender as necessidades da mulher e também garantir a independência e emancipação das mesmas para que a roda continuasse girando.

E no Brasil percebemos um movimento parecido com o programa Bolsa Família no qual houve uma transferência de poder da decisão domiciliar para as mulheres (já que as transferências de renda são destinadas, preferencialmente, às mulheres):

O Bolsa Família aumenta o poder de decisão das mulheres em várias dimensões, mas com impactos heterogênicos. Uma constatação relevante é a de que a participação no Programa aumenta, expressivamente, a proporção de mulheres que relatam deter o controle exclusivo das decisões sobre contracepção em cerca de 10 pontos percentuais, para a amostra completa. Embora as respostas das pesquisas não nos permitam inferir se ser a tomadora da decisão sobre contracepção significa, necessariamente, decidir usar métodos anticoncepcionais (...) nas áreas urbanas e que também há um aumento expressivo da voz das mulheres em diversas áreas, incluindo a frequência escolar das crianças, gastos com a saúde das crianças e compra de bens duráveis (BRAUW e col., 2013, p.2).

4. CONSUMO E INCLUSÃO

Depois de entender algumas facetas do consumo e como ele pode impactar socialmente e culturalmente vamos entender como a política dos governos do PT resultaram em um consumo de inclusão das classes populares, melhoras econômicas atreladas a políticas de distribuição de renda resultaram em um aquecimento econômico no país e o despontamento das classes populares no consumo. Marcele Chaui (2008, p. 25) aponta “*que as políticas sociais de afirmação dos direitos econômicos e sociais, contra o privilégio, e as políticas culturais de afirmação do direito à cultura, contra a exclusão cultural, constituem uma verdadeira revolução democrática no Brasil.*”

Essas políticas somadas ao crédito por parcelamento trouxe um embaralhamento entre as classes sociais. No Brasil, as classes sociais são definidas economicamente e de acordo com a posse de alguns itens (como geladeira, tv, banheiro e etc.), mas a partir do momento em que existe o parcelamento as pessoas tem acesso a características pertencentes a classes superiores.

Com os programas de transferência de renda e facilidade no crédito para moradias e educação (bolsa-família, minha casa minha vida, prouni, fies) aliadas ao crescente aumento de postos de trabalhos e as liberações de crédito de bancos temos a partir de 2000 um crescente aumento do consumo da classe D/E aumentando o bolo da classe C, vide gráfico:

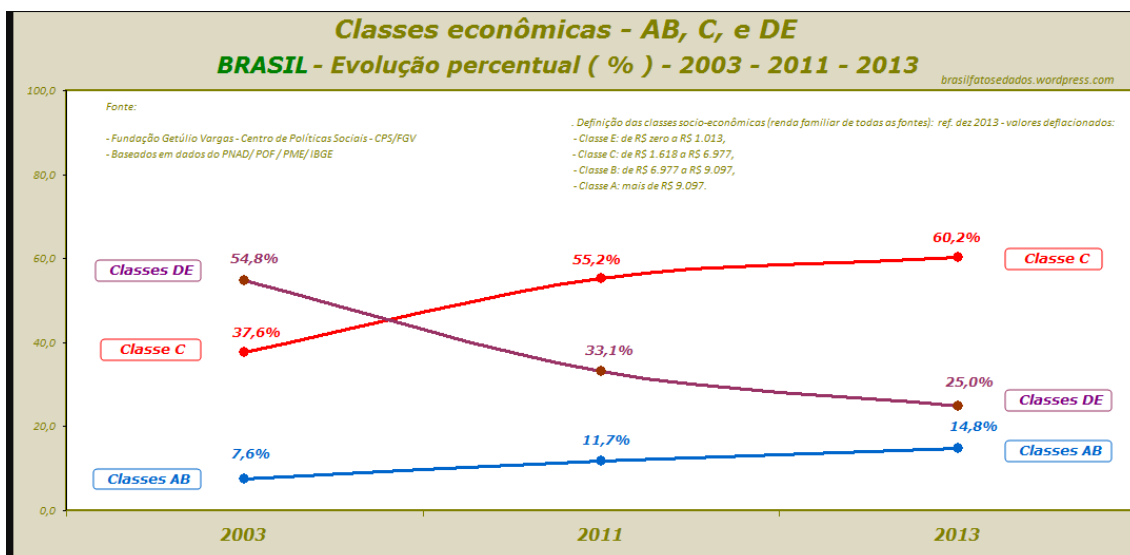


Gráfico 14

De acordo com o gráfico da FGV mais de 23% da população migrou das classes D/E para a classe C. Além do aumento substancial de pessoal inseridas nessa classe

temos também o aumento de poder de consumo da classe por meio dos novos créditos disponíveis e na maneira como a classe começou a se portar a partir do final da década de 90. De acordo com o artigo “Financeirização da Pobreza” de Claudia Sircé, a partir de estudos sobre as famílias de trabalhadores das classes populares no final dos anos 70 a dinâmica era de uma renda familiar modesta em que se era necessário assegurar as despesas básicas de moradia, alimentação e energia. A aquisição de novas despesas e novos bens só era possível a partir de práticas de poupar dinheiro, havia planejamento no qual gastava-se dinheiro com as despesas urgentes e poupava o resto para adquirir os bens desejados. Era um sistema poupança-crédito-consumo.

Com uma série de alterações na condição econômica a chegada do plano real, a queda da inflação, abertura comercial do país possibilitando o barateamento de vários bens de consumo tivemos uma estabilização do sistema financeiro que permitiu uma expansão do crédito no país. Os bancos buscaram novas formas de expansão por meio de aumento de oferta de produtos financeiros para as classes populares, oferecendo conta corrente e novas formas de acesso a liberação de crédito (empréstimos a juros menores e com menos burocracia). Paralelo aos bancos tivemos as administradoras de cartão aumentando sua clientela e também o varejo (Walmart, casas bahia, pernambucanas etc.) fornecendo cada vez mais formas de parcelamento e cartões próprios.

Com isso a nova classe média começou a ter acesso a crédito de inúmeras maneiras e driblava o endividamento. Com acesso a vários cartões era comum que a família mediasse a dívida entre as datas, pagavam o mínimo do cartão, parcelavam suas compras e assim mantinham o consumo acima do que se recebia. Ao mesmo tempo que se endividada continuava com acesso e poder de compra. A dinâmica agora era crédito-consumo-dívida.

Sobre essa facilidade de crédito, Pedro de Santi traz sua visão:

“Um dos fenômenos mais chamativos de consequência potencialmente perigosas qual a qual convivemos atualmente é o crédito financeiro. Através de cartão de crédito, parcelamentos supostamente sem juros, facilidade de compra pela internet coisas assim, desenvolvemos a sensação onipotente de que podemos ter acesso ao que quer que queira imediatamente. Some-se ao crédito a possibilidade de parcelamento da despesa e a sensação mágica de acesso se torna acentuada. A possibilidade de diluir o pagamento faz parecer que não haverá custo nem sacrifício na compra. Pelo computador onde quer que se esteja pode ser adquirir bens de consumo no mundo inteiro de passagens aéreas reservas de hotel, etc. (SANTI, 2011, p.99).

Se atrelarmos essa facilidade de crédito a cultura do imediatismo, a falta de instrução financeira desses novos representantes da Classe C e a questão de consumo como pertencimento (consumo logo existo) temos o endividamento com uma característica atual do país, no gráfico a seguir percebemos que 62% das famílias brasileiras tem algum nível de endividamento.

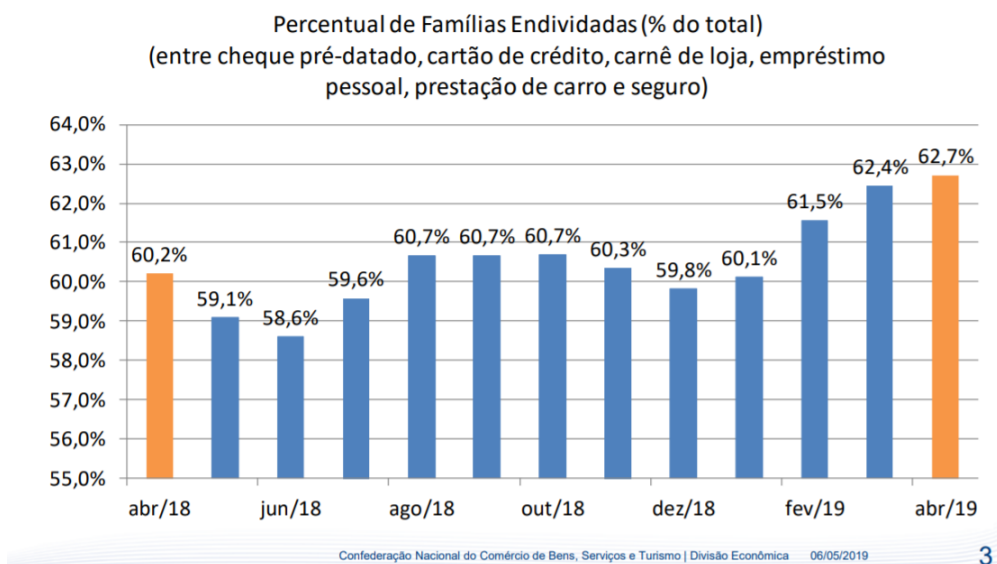


Gráfico 15

E é também com os pontos trazidos de psicanálise que podemos explicar o fato do crescente endividamento da classe popular, se a classe popular cada vez mais se sente pertencente ao consumir, acaba sendo impulsionada para um consumo compulsivo, que se transforma em a adição trazido por Pedro:

“No consumo compulsivo, temos uma amarração da impulsividade do indivíduo num compartimento específico: consumir. Sua consecução se torna imperiosa e independente do prazer de usar o objeto ou o meio consumido.” (SANTI, 2011, p. 97)

Aqui o indivíduo busca a diferenciação e elevação de status por meio do consumo. E com as facilidades de crédito e parcelamento, ele tende a ignorar o crescente endividamento por ter como recompensa a participação em meios antes inacessíveis.

Analisando todas as informações trazidas até aqui do cenário econômico e da relação das classes sociais com os créditos resultando em uma maior participação social das classes populares, temos um cenário no qual milhares de pessoas no país começa a ter acesso a serviços melhores como educação básica e ensino superior, a bens como casa, carro computador, celular, a marcas de roupas e sapatos, e ao lazer como viagens, parques e festas. Ou seja começa a ocorrer um embaralhamento social, a partir do momento que milhões migram de classe social econômica em poucos anos (de D/E para

C) e começam a usufruir de bens e serviços da classe acima (B) por meio do créditos e possibilidade de parcelamento. Nesse fenômeno a classe B se vê totalmente espremida, com seu local social sendo dividido com a nova classe média.

As universidades começam a ter mais concorrência, o trânsito aumenta nas principais metrópoles, as praias ficam extremamente cheias durante o final de semana de sol, os aeroportos recebem longas filas. Isso acaba sendo um dos grandes motivos de descontentamento dessa classe com o PT, que gerou as grandes crises em 2015 (golpe no governo da Dilma) e eleição do Bolsonaro em 2018. A classe B se vê longe dos acessos da classe A e se sente invadida pela classe C/D e E.

Podemos citar como exemplo desse sentimento o texto de Danuza Leão, no qual jornalista fala sobre como perder a exclusividade faz perder a graça nas ações, em anexo a carta inteira, destaco uma parte:

Afinal, qual a graça de ter muito dinheiro? Quanto mais coisas se tem, mais se quer ter e os desejos e anseios vão mudando --e aumentando-- a cada dia, só que a coisa não é assim tão simples. Bom mesmo é possuir coisas exclusivas, a que só nós temos acesso; se todo mundo fosse rico, a vida seria um tédio. (...)queremos todas as brincadeiras eletrônicas, que acabaram de ser lançadas, mas qual a graça, se até o vizinho tiver as mesmas? O problema é: como se diferenciar do resto da humanidade, se todos têm acesso a absolutamente tudo, pagando módicas prestações mensais? (LEÃO, 2012, p.1)

Com essas novas dinâmicas empresas capitalistas começam a trabalhar e virar seus canhões para essa nova classe média, pois o potencial de consumo cresce demais com a liberação de crédito somado ao enorme contingente de pessoas. Para exemplificar vamos ver uma notícia do estado de 02 de agosto 2010: “Classe D já supera a classe B em poder de consumo. A reportagem mostra que o potencial de consumo da classe D tem para gastar em produtos e serviços o potencial de 381,2bi e a classe B 329,5bi. A Classe C continua a ser a classe com maior potencial com 427,6bi.

Como estudamos no capítulo anterior o consumo é uma forma de determinação social, de como você se considera e se mostra ao mundo, a partir da possibilidade consumir mais do que o básico as classes populares ganham espaço social, político e econômico. Começam a ser encarados e se encaram como seres ativos e merecedores, isso desencadeia novos arranjos nas estruturais sociais. E a classe B se sente perdida em sua definição de ser ao dividir os espaços com o advindos das classes populares.

Ou seja observamos a partir da década de 90 a inclusão política, social e econômica de milhões de pessoas ocasionado pelo poder de consumo das mesmas e com isso temos ruídos nas relações políticas e econômicas das outras classes. Podemos citar

aqui o fenômeno do “rolezinho” como um exemplo claro do qual estratos sociais mais baixos começam a ter acesso a shoppings com poder de compra e assim causam polêmica e discussão nacional quanto ao direito constitucional dos jovens de estarem nesse ambiente.

A partir de um artigo de Eduardo Santana e Cláudio Sanchez, *“Do fenômeno social denominado “Rolezinho”: Algumas considerações acerca de seus reflexos no direito constitucional e civil”*, vamos entender mais um pouco de como se formou um polêmica nacional sobre esse fenômeno. Na década de 2000 começaram os famosos “rolezinhos” que se trata de eventos nos quais um grande número de jovens oriundos das periferias vão curtir e passear nos shoppings centers. Esse tema ganhou espaço na mídia nacional devido à sua associação a vândalos e crimes contra o patrimônio. O artigo trata da questão jurídica sobre o direito constitucional de ir e vir desses jovens versus o direito de propriedade dos lojistas. Alguns lojistas entraram na justiça em busca da tentativa de precaver-se contra os riscos trazidos a propriedade por esses jovens.

Antes de entendermos isso do ponto jurídico, podemos ver claramente aqui um incômodo com a “invasão” das classes populares em meios em quais não tinham acesso, mostrando claramente o ponto de que esses jovens periféricos começam a existir e ser considerados nesse meio e ao mesmo tempo outras classes sociais buscam de alguma forma a exclusão do grupo. Segue alguns pontos de vistas citados no artigo que colaboram com essas visões:

Os que agora invadem os shoppings contra a discriminação e o preconceito refletem a grande maioria e se organizam, também sem líderes, para “zoar, dar uns beijos, rolar umas paqueras” ou “tumultuar, pegar geral, se divertir, sem roubos”. Ou seja: botar a cara de fora, curtir as férias e dividir o ar condicionado. (CANTANHÊDE SANTANA e SANCHEZ, 2014, p.5)

É uma questão de não ser invisível, de aparecer, estar presente, participar desse mundo que eles imaginam que seja o mundo do consumo, do shopping. (CANONICO apud SANTANA e SANCHEZ, 2014, p.5)

É muito mais um espaço de encontro, de azaração, de paquera num local de prestígio da nossa sociedade, que é o shopping center. A motivação é essa. Agora, indiretamente, inclusive pela reação que teve a esse evento, a gente pode pensar em uma série de recados que eles estão deixando sobre a desigualdade da sociedade, um preconceito muito forte de classe, de raça, e, por outro lado, de certa forma, um pouco essa cidadania pautada só no consumo (PEREIRA apud SANTANA e SANCHEZ, 2014, p.5).

Claramente nesse exemplo vemos o consumo colocando o jovem da periferia em lugar de existência e esse direito sendo questionado até juridicamente pelos lojistas e pelos outros consumidores do shopping. Sobre o ponto de vista jurídico Eduardo Santana e Cláudio Sanchez contribuem que não se deve negar o acesso dos jovens de

acordo com o direito de ir e vir da constituição e os shoppings devem cumprir sua função social, sobre o direito de propriedade dos lojistas cabe ao Estado cumprir seu papel de proteção e não uma medida protetiva no qual ocorre a generalização que coloca todos os jovens oriundos das classes populares como vândalos.

O caso do fenômeno social “rolezinho” é uma dessas situações em que o debate nacional, especialmente se amparado em soluções democráticas e republicanas, pode avançar no sentido da consolidação da jovem democracia brasileira, nem sempre aberta a compartilhar todos os seus espaços, especialmente aqueles em que a diferenças entre os estratos sociais são mais visíveis. (...) Embora os atos de vandalismo nos shoppings sejam inaceitáveis sob qualquer ótica, tomar como premissa que tais eventos estejam desde o início imbuídos desse propósito é uma forma de discriminação e preconceito contra a maioria que deles participam, e que não necessariamente estão comungando dos mesmos propósitos deletérios ao convívio social.(...) Se o acesso ao judiciário está consagrado como direito constitucional (e isso é incontroverso), especialmente ao mais organizados e favorecidos economicamente, não é menos verdade que o direito de pedir e o dever de promover a pacificação social não podem, nem ao menos indiretamente, implicar num privilégio de classes. Para minimizar o risco de que isso ocorra e seja promovido especialmente por quem tenha o dever de garantir os bens juridicamente tutelados (direito de ir e vir, direito à propriedade), é que o Estado, enquanto sociedade politicamente organizada, deve se antecipar e garantir de forma preventiva e/ou repressiva que as duas partes (“rolezeiros” e lojistas) possam exercer na plenitude seus direitos constitucionalmente garantidos, ambos protegidos de eventuais atos de vandalismo. (SANTANA e SANHEZ, 2014, p.12)

A partir do exemplo do rolezinho podemos fazer o link entre a definição de Campbell sobre o consumo como parte vital de autoconhecimento, as classes populares invadem os territórios até então não acessíveis a eles para provar sua existência e espaço na sociedade. É a partir do consumo que ele se iguala a classe com mais poder econômico, é a partir do consumo que ele é visto pelo mercado, é a partir do consumo que ele se sente pertencente e merecedor.

Outro exemplo importante do consumo como lugar de existência trazido por Campbell é o Funk Ostentação:

Segundo os próprios protagonistas do gênero Funk Ostentação, liderado por jovens da periferia, o movimento iniciado na baixada santista, logo ganhou força na capital paulista a partir de 2008, com músicas sobre o consumo, carros, bebidas, roupas e mulheres. Tendo a influência e inspiração em cantores norte americanos como, por exemplo, 50 cent e Puff Daddy, os quais utilizam de objetos de desejo em todas as suas letras. A ambição de sair da favela, a realização com o consumo, principalmente os bens materiais é o fio condutor das músicas cantadas pelos aclamados Mcs. Com o surgimento de um grupo econômico: a nova classe média, a qual ascende desta estabilidade econômica, o funk ostentação passou a obter estrita relação com os membros do mesmo, que após conseguirem uma elevação na situação financeira, buscam seguir os passos dos artistas, tornando este o gênero mais escutado pelos que se encontram neste patamar.(COVRE, 2015, p.5)

Os jovens periféricos por meio da música indicam seu lugar de pertencimento por meio do consumo e da ostentação de marcas e objetos. É como se fosse um grito de

liberdade e participação na sociedade. O movimento funk ostentação é uma busca de espaço na sociedade e adota capitalismo artista de Lipovestky como ferramenta:

Antes de mais nada, a estetização do mundo acompanha a própria história da humanidade. Desde a pré-história tínhamos formas de estetização, como as pinturas faciais, as bijuterias, os diferentes adereços. A novidade é que a estetização hoje é conduzida pelo capitalismo pós-fordista, que não se contenta em produzir produtos funcionais, mas investe em produtos de moda para vender mais, qualquer que seja a área. No passado, um par de óculos era apenas uma orteze para enxergar melhor. Hoje é um acessório de moda. O mesmo raciocínio vale para o automóvel, para os móveis, para tudo. Estamos na época do capitalismo artista, que incorpora a dimensão artística em todos os domínios da indústria. (LIPOVETSKY, 2015, p).

Para exemplificarmos o consumo como uma relação de poder para essas pessoas segue trecho de uma música da MC Pocah, em anexo a letra da música inteira.

Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir. Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir. Vem me buscar de Hornet, R1, RR. Me dá condição. Deixa eu totalmente louca, chapadona de Chandon.

Gosto de gastar, isso não é novidade. Hoje eu já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade. É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé Bolsa da Louis Vuitton, sonho de toda mulher. (POCAH, 2015).

5. PERTENCIMENTO X INCLUSÃO.

Percebemos então como o consumo foi a porta de entrada das classes sociais no mundo econômico, social e político no Brasil. Mas essa inclusão por meio do consumo é limitada, as classes populares são incluídas mas não pertencem e sempre estão com o risco de perder a posição. Pois a “existência” depende do consumo, em crises ou com a perda do emprego voltará a perambular sem acesso ao que foi conquistado.

Utilizando argumentos de Jesse de Souza no livro a *Elite do Atraso* vamos analisar porque o consumo é um meio de inclusão limitado, mesmo com a ascensão econômica e possibilidades de acesso a estruturas (casa, educação, viagens, objetos) as classes popular continuam a margem política e social e com a ascensão dos governos de direita, com queda do assistencialismo e mudanças na políticas trabalhistas e previdenciárias, perdem muito do que foi conquistado.

Para Jesse, estar inserido em uma classe vai além da questão econômica, tem também a questão social e cultural. A questão social é determinada pelas pessoas com quem convive, as pessoas que tem acesso. Pelo grupo de convivência certamente você terá oportunidades, oportunidades em escolas, grupos e indicações profissionais. Será favorecido em alguns ambientes pela amizade herdada pela família em que nasceu.

A outra questão é cultural, determinada muito dos 0 a 7 anos, como você é instigado a ser criativo, ter autoconfiança, crítico e se sentir merecedor. Em muitos casos tivemos a inclusão de crianças em escolas melhores, muitos jovens tiveram acesso a graduação mas ainda sim tem dificuldade em pertencer aos ambientes das grandes corporações por exemplo.

Sociocultural posto que o pertencimento da classe é um aprendizado que possibilita em um caso, o sucesso e, em outros, o fracasso social. São os estímulos que a criança da classe média recebe em caso para o hábito da leitura, para a imaginação, o reforço constante de sua capacidade e autoestima que fazem o que os filhos dessa classe sejam destinados ao sucesso escolar e depois ao sucesso profissional no mercado de trabalho. Os filhos dos trabalhadores precários, sem os mesmo estímulos ao espírito e que brincam com o carrinho de mão do pai servente de pedreiro aprendem a ser efetivamente, pela identificação com quem se amam, trabalhadores manuais desqualificados. A dificuldade na escola é muito maior pela falta de exemplos em casa, condenando essa classe ao fracassos escolar e, mais tarde, ao fracasso profissional no mercado de trabalho competitivo.

Como somos formados, como seres humanos, pela imitação e incorporação pré-reflexiva e inconsciente daqueles que amamos e que cuidam de nós, ou seja, os nossos pais ou quem exerça as mesmas funções, a classe e seus privilégios ou carências são reproduzidas a cada geração.”(SOUZA, 2019, p.95)

Os avanços econômicos foram fundamentais para que a sociedade desse os primeiros passos para a diminuição da desigualdade social e o consumo abriu as portas para que as classes populares entrassem em novos universos, mas para dar continuidade e para que isso não seja algo passageiro será necessário anos para o desenvolvimento dessas famílias e apoio do governo para que estruturas familiares contemporâneas tenham condições de permitir o capital econômico, social e cultural para que as pessoas realmente tenham as mesmas oportunidade de desenvolvimento ao passar dos anos. Vamos exemplificar esse ponto com uma história narrada por um amigo:

“Estava no nordeste de país de férias com minha esposa e minhas filhas, durante um dos passeios na praia minha filha quis parar em uma das barracas para fazer um trança muito comum no litoral nordestino. Acompanhei minha filha enquanto a mulher fazia seu cabelo. Durante esse tempo a mulher me contou que tinha duas filhas, que recebia valor do bolsa família e retirava cerca de R\$ 700,00 em sua barraca. Quando lhe questionei se ela não conseguia trabalho fixo com carteira assinada, ela me respondeu que conseguiria sim, mas não faria, pois não teria onde deixar as filhas e perderia também o benefício, ou seja, ficaria mais caro para viver uma vida de trabalhador formal.” (Afirmção verbal)

Meu amigo fez esse relato para exemplificar o que ele acreditava ser uma preocupação em relação ao bolsa-família: a acomodação das pessoas. Mas podemos analisar esse relato de uma outra forma, na história percebemos que o bolsa-família ajuda a completar a renda de uma família com poucas condições. Quando a mulher diz que não arranja um trabalho formal pela justificativa de não ter onde deixar suas filhas, podemos julgar rapidamente que o bolsa-família deixou ela acomodada, mas vamos refletir um pouco mais: o bolsa-família garante o consumo de uma cesta básica na família o resto é conquistado pelo trabalho da barraca, ou seja, a mulher trabalha, o ponto aqui é que não temos políticas de apoio a formação e criação das crianças, se a mãe tivesse a possibilidade de uma escola de tempo integral e gratuita teria a tranquilidade para buscar um trabalho formal com horários de entrada e saída definidos, o que exemplificamos aqui é o bolsa-família foi importante e agregador para a família mas sem o desenvolvimento de outras políticas estruturais não temos a inclusão real dessa família no sistema. A mãe não pode buscar um emprego melhor por não ter apoio do governo com as filhas, conseqüentemente as meninas não terão uma educação boa de base para buscar novos tipos de oportunidades.

Ou seja, foi permitido as classes populares a participação social por meio do consumo como consequência das políticas sociais, do crescente número de postos de trabalho, de investimento em educação e do crédito mas por outro lado tivemos dois elementos que distanciam essas classes do que lhe foi conquistado. O primeiro é a

negação das outras classes que gerou toda uma polarização (vide carta da Danuza Leão), e a citação de Rosana Machado:

A inclusão pelo consumo incentiva o alinhamento aos valores neoliberais. Isso tudo em meio a capitalismo cru, uma sociedade de valores aristocráticos e uma democracia frágil. Hoje pode comprar mais, de comida a refrigerador, mas quais são os valores desses grupos ascendentes? Os preconceitos de classe, cor e orientação sexual nunca tiveram tão assumidos. (PINHEIRO-MACHADO, 2015, p1.)

E o segundo ponto é que não houve tempo, disponibilidade ou interesse do governo do PT de permitir que essa inclusão não fosse passageira por meio de reformas estruturais: Políticas, Fiscais e de Educação o que desembocou no que vemos agora ao um governo de direita assumindo o poder e retirando aos poucos os direitos conquistados por essas classes populares. Já percebemos alguns resultados dessas novas políticas adotadas a partir de 2016, segue informações trazidas pela reportagem *“Quase 6 milhões de pessoas saíram da classe média desde 2014”* publicada no dia 18/10/2019:

Os dados do IBGE confirmaram o aumento da desigualdade e da concentração de renda, inclusive, uma queda no volume de beneficiários do programa Bolsa Família, que passou de 15,9%, em 2012, para 13,7%, no ano passado. O órgão ainda apontou que as pessoas que vivem na pobreza, com renda mensal média de R\$ 233, representam 12,2% da população do país. São 25,3 milhões de brasileiros. Em 2014, eles eram 9,8% da população, o menor índice da série. (...) Pelos cálculos de Neri, da FGV, mesmo que o Brasil cresça, em média, 2,5% ao ano, só voltaremos a ostentar índices de pobreza semelhantes a 2014 em 2030. (GONÇALVES e PINHEIROS, 2019, p.1)

Precisaremos acompanhar para entender como ficarão as dinâmicas da sociedade nos próximos anos, e percebemos como o consumo se desenhará e qual será sua função social diante das mudanças que as classe sociais sofrerão novamente. Vamos então entender se realmente o consumo trouxe apenas um estado de inclusão mas não de pertencimento.

7. CONCLUSÃO

Quando eu entrei no curso Cultura e Consumo na USP a minha intenção era lutar contra o consumo desenfreado e o excesso que acometia nossa sociedade. Agora entendo outras facetas do consumo, não apenas como adição mas como uma válvula importante na formação da sociedade, o consumo que permite o pertencimento e expressão de populações, maiorias e minorias. O consumo como determinante de independência e como o impulsionar da formação da sociedade atual, o consumo se torna o centro da economia e o giro, se torna o centro das classes populares e sua hierarquia, se torna o centro das minorias e suas expressões. No capitalismo moderno, no qual a religião e o Estado perderam suas forças de controle social, o consumo se torna uma ferramenta de definição do ser na sua função social.

Eu clamo por um mundo menos desigual onde todos tenham as condições necessárias básicas biológicas e psicológicas, nesse mundo entenderia a função do consumo, mas como temos um universo econômico tão desigual acredito ser necessário a função estatal com políticas de defesa de distribuição de renda, garantindo moradia, saúde e educação básica a todos. E acredito que foi essa a tentativa do governo desses últimos 20 anos (Lula e Dilma), que possibilitou a ascensão da classe C/D como participantes ativos da economia, e o consumo dessa classe permitiu os avanços econômicos do país. Em uma entrevista Lula disse: “Precisou de um torneiro mecânico socialista para fazer o capitalismo funcionar no Brasil”, entendo essa frase com um ponto muito emblemático de discussão: as políticas que impactam em uma maior concentração de riqueza ou não buscam diminuir a desigualdade social talvez não levem em consideração que o capitalismo não vai pra frente se temos poucos para consumir. O que tivemos nesses 20 anos foi só um início de uma busca em diminuir a desigualdade do país, talvez tenha sido uma chama importante na discussão que despertou a grande massa popular que até então estava adormecida.

Foi importante entender o consumo como um ferramenta forte de inclusão e empoderamento, mas acredito que para que essa ferramenta funcione dessa forma, além da luta contra desigualdade social, mais um ponto precisa ser entendido: a saúde emocional humana. O consumo pode ser algo de expressão e hedonismo mas não pode se tornar o fim e a solução para todas as angústias modernas, ocultamos os sentimentos e medos e expressamos a materialidade, precisamos que as pessoas voltem a buscar a

satisfação em relações humanas, relações com a natureza, consigo mesma e o consumo seja apenas uma ferramenta que permita o desenvolvimento e expressão dessas relações de nutrição da alma, trago Marx e Bauman para essa reflexão e fechamento:

A alienação não se revela apenas no fato de que meus meios de vida pertencem a outro, de que meus desejos são a posse inatingível de outro, mas de tudo é algo diferente de si mesmo, de que a minha atividade é qualquer outra coisa e que, por fim – e também o caso para o capitalista -, um poder inumano que impera sobre tudo.(MARX, 2006, p. 157)

Uma vez que os bens capazes de tornar a vida mais feliz começam a se afastar dos domínios não-monetários para o mercado de mercadorias, não há como os deter; o movimento tende a desenvolver um impulso próprio e se torna autopropulsor e autoacelerador, reduzindo ainda mais o suprimento de bens que, pela sua natureza, só podem ser produzidos pessoalmente e só podem florescer em ambientes de relações humanas intensas e íntimas. (BAUMAN, 2009, p. 16).

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALAN DE BRAUW, D. O. G. J. H. E. S. R. **O Impacto do Bolsa Família sobre o Poder de Decisão das Mulheres**. International Food Policy Research Institute. 2013.
- ARAUJO, M. J. F. D. COEFICIENTE DE GINI. **INFOESCOLA**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/sociologia/coeficiente-de-gini/>>.
- BAUMAN, S. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001
- BOLSA FAMÍLIA - PROGRAMAS SOCIAIS. **CAIXA FEDERAL**, 2019. Disponível em: <<http://www.caixa.gov.br/programas-sociais/bolsa-familia/Paginas/default.aspx>>. Acesso em: 23 out. 2019.
- CHAUI, M. **Cultura e democracia**. 2008.
- CLASSE D já supera a classe B em poder de consumo. **ESTADÃO**, 2010. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,classe-d-ja-supera-b-em-poder-de-consumo-imp-,589134>>. Acesso em: 17 out. 2019.
- COSTA, J. **O Vestígio e a Aura - Corpo e Consumismo na Moral do Espetáculo**. Garamond, 2004.
- COVRE, P. **A Cultura da Ostentação: Uma análise da grande mídia e Institutos de Pesquisa**. Universidade de São Paulo. [S.l.]. 2015.
- CRUZ, G. G. E. C. **Vinte anos de economia brasileira - 1994 / 2014**.. Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE) - Ciência, Tecnologia e Inovação / Centro de Altos Estudos Brasil Século XXI. [S.l.]. 2014.
- LEÃO, D. Ser ESPECIAL. **BRASIL 247**, 2014. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/cultura/danuza-lamenta-que-todos-possam-ir-a-paris-ou-ny>>. Acesso em: 17 out. 2019.
- MACHADO., A. F. E. R. P. **Brasil em Transe: Bolsonaroismo, Nova Direita e Desdemocratização**. 2019.
- MARX, K. **Trabalho Assalariado e Capital & Salário , Preço e Lucro**. [S.l.]: Expressão Popular, 2006.
- NERI, M. C. **A Nova Classe Média**. Centro de Políticas Sociais FGV. 2008.
- PINHEIRO-MACHADO, R. *A falência do PT, a ascensão da direita e a esquerda orfã*, 2015.
- POCAH. **Mulher Do Poder**.
- SANCHEZ, E. S. E. C. **Do fenômeno social denominado “Rolezinho”: Algumas considerações acerca de seus reflexos no direito constitucional e civil**. Toletto Prudente Centro Universitário. 2014.
- SANTI, P. D. **Desejo e Adição nas Relações de Consumo**. 1º. ed.. Zagodoni, 2011.
- SERROY, G. L. E. J. **A estetização do mundo - Viver na era do capitalismo artista**. 1º. ed.. Companhia das Letras, 2014.
- SIRCÉ, C. D. *“Financeirização da pobreza”: Crédito e endividamento no âmbito das práticas populares de consumo*.
- SOUZA, J. D. **A Elite do Atraso**. Estação Brasil, 2019.

ANEXO I – CARTA DE DANUZA LEÃO

Ser Especial

Afinal, qual a graça de ter muito dinheiro? Quanto mais coisas se tem, mais se quer ter e os desejos e anseios vão mudando --e aumentando-- a cada dia, só que a coisa não é assim tão simples. Bom mesmo é possuir coisas exclusivas, a que só nós temos acesso; se todo mundo fosse rico, a vida seria um tédio.

Um homem que começa do nada, por exemplo: no início de sua vida, ter um apartamento era uma ambição quase impossível de alcançar; mas, agora, cheio de sucesso, se você falar que está pensando em comprar um com menos de 800 metros quadrados, piscina, sauna e churrasqueira, ele vai olhar para você com o maior desprezo --isso se olhar.

Vai longe o tempo do primeiro fusquinha comprado com o maior sacrifício; agora, se não for um importado, com televisão, bar e computador, não interessa e só tem graça se for o único a ter o brinquedinho. Somos todos verdadeiras crianças, e só queremos ser únicos, especiais e raros; simples, não?

Queremos todas as brincadeiras eletrônicas, que acabaram de ser lançadas, mas qual a graça, se até o vizinho tiver as mesmas? O problema é: como se diferenciar do resto da humanidade, se todos têm acesso a absolutamente tudo, pagando módicas prestações mensais?

As viagens, por exemplo: já se foi o tempo em que ir a Paris era só para alguns; hoje, ninguém quer ouvir o relato da subida do Nilo, do passeio de balão pelo deserto ou ver as fotos da viagem --e se for o vídeo, pior ainda-- de quem foi às muralhas da China. Ir a Nova York ver os musicais da Broadway já teve sua graça, mas, por R\$ 50 mensais, o porteiro do prédio também pode ir, então qual a graça? Enfrentar 12 horas de avião para chegar a Paris, entrar nas perfumarias que dão 40% de desconto, com vendedoras falando português e onde você só encontra brasileiros --não é melhor ficar por aqui mesmo?

Viajar ficou banal e a pergunta é: o que se pode fazer de diferente, original, para deslumbrar os amigos e mostrar que se é um ser raro, com imaginação e criatividade, diferente do resto da humanidade?

Até outro dia causava um certo frisson ter um jatinho para viagens mais longas e um helicóptero para chegar a Petrópolis ou Angra sem passar pelo desconforto dos congestionamentos.

Mas hoje esses pequenos objetos de desejo ficaram tão banais que só podem deslumbrar uma menina modesta que ainda não passou dos 18. A não ser, talvez, que o interior do jatinho seja feito de couro de cobra --talvez.

É claro que ficar rico deve ser muito bom, mas algumas coisas os ricos perdem quando chegam lá. Maracanã nunca mais, Carnaval também não, e ver os fogos do dia 31 na praia de Copacabana, nem pensar. Se todos têm acesso a esses prazeres, eles passam a não ter mais graça.

Seguindo esse raciocínio, subir o Champs Elysées numa linda tarde de primavera, junto a milhares de turistas tendo as mesmas visões de beleza, é de uma banalidade insuportável. Não importa estar no lugar mais bonito do mundo; o que interessa é saber que só poucos, como você, podem desfrutar do mesmo encantamento.

Quando se chega a esse ponto, a vida fica difícil. Ir para o Caribe não dá, porque as praias estão infestadas de turistas --assim como Nova York, Londres e Paris; e como no Nordeste só tem alemães e japoneses, chega-se à conclusão de que o mundo está ficando pequeno.

Para os muito exigentes, passa a existir uma única solução: trancar-se em casa com um livro, uma enorme caixa de chocolates --sem medo de engordar--, o ar-condicionado ligado, a televisão desligada, e sozinha.

E quer saber? Se o livro for mesmo bom, não tem nada melhor na vida. Quase nada, digamos.

ANEXO II – MÚSICA MULHER DO PODER

Mulher Do Poder

Pocah

Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir
Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir
Vem me buscar de Hornet, R1, RR
Me dá condição
Deixa eu totalmente louca, chapadona de Chandon
Gosto de gastar, isso não é novidade
Hoje eu já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade
É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé
Bolsa da Louis Vuitton, sonho de toda mulher
Tudo que eu faço tá virando comentário
Postaram no face que agora eu tô de Camaro
E quem tá comigo sabe aonde eu chego eu dou sacode
Sou a mc Pocahontas, tamo junto, a firma é forte
Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos
Esse é o bonde das minas que andam no ouro
Gosto de ostentar e essa é a minha vida
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida
(É o poder)
Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos
Esse é o bonde das minas que andam no ouro
Gosto de ostentar e essa é a minha vida
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida
Ostentação, palavra que eu gosto de ouvir
Se me quer do seu lado, tem que me fazer rir
Vem me buscar de Hornet, R1, RR
Me dá condição

Deixa eu totalmente louca, chapadona de Chandon
Gosto de gastar, isso não é novidade
Hoje eu já torrei mais de 10 mil com a minha vaidade
É salão de beleza, roupa de marca, sandália de grife no pé
Bolsa da Louis Vuitton, sonho de toda mulher
Tudo que eu faço tá virando comentário
Postaram no face que agora eu tô de Camaro
E quem tá comigo sabe, aonde eu chego eu dou sacode
Sou Mc pocahontas tamo junto a firma é forte
Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos
Esse é o bonde das minas que andam no ouro
Gosto de ostentar e essa é a minha vida
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida
(É o poder)
Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos
Esse é o bonde das minas que andam no ouro
Gosto de ostentar e essa é a minha vida
Mulher do poder, é assim que eu sou conhecida
Bota o dedo pro alto, deixa os homens loucos
Esse é o bonde das minas que andam no ouro