

NÃO É ANTIGUIDADE. NÃO É BRECHÓ. É LIXO!

AS RELAÇÕES ENTRE OBJETOS, PESSOAS E CONSUMO ATRAVÉS DO SHOPPING-CHÃO¹

Doutoranda Franciane Pimentel Melo

Orientador Prof. Dr.º Ricardo Ferreira Freitas

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

RESUMO

Examino as relações entre o comércio do lixo, os vendedores e os consumidores que movimentam a cidade onde acontece o comércio informal chamado shopping-chão. As temáticas urbanas têm atraído crescente interesse dos pesquisadores, seja por conta das transformações na paisagem da cidade, causadas pelo impacto das intervenções, eventos ou projetos urbanísticos, ou pelas relações dos lugares com as pessoas. Busco nessa pesquisa compartilhar as inquietudes, dúvidas e reflexões sobre as diferentes percepções e como tudo isso impacta no comércio, na cidade e nas pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo; cidade; shopping-chão; comportamento; comunicação.

A intensa produção de material de bens em nossa sociedade, aliada ao sentimento e desejo de novidade, projetada pela publicidade, gera acúmulos de objetos que deixam de ser absorvidos pelo mercado consumidor. É um crescente volume de materiais que acabam sendo descartáveis de forma prematura. Como conduzir os excedentes e descartar esse material não utilizado? O mercado utiliza a publicidade na criação do mundo perfeito para o consumo. Um tipo de cultura que adquiriu centralidade e alcançou destaque na vida humana em nossa contemporaneidade. O comércio de segunda mão através dos brechós físicos e online e a venda de antiguidades em feiras físicas e virtuais, ganhou importância, principalmente, a partir do Instagram, através das influenciadoras e famosas abrindo suas marcas de bolsas e sapatos de luxo. Após a pandemia de Covid-19 foi

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 09SE Estudos em Comunicação e suas interdisciplinaridades, eventos integrantes da programação do 27º Congresso de Ciência da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

difundido e alimentado, através do campo da moda, o chamado consumo consciente onde valorizar roupas e acessórios de segunda mão, compradas em brechós, foi exaltado de forma positiva.

Ao ler os materiais acadêmicos e ir a campo informalmente, observar o shopping-chão próximo ao meu bairro, no centro do Rio de Janeiro, identifiquei que os objetos considerados lixo são produtos de venda importante. Algumas frases como “não servia mais”, “a roupa está rasgada”, “falta um pedaço”, “o brinquedo quebrou” entre outras, são as justificativas para alguém se desfazer daquilo que não lhe serve mais. São destaques em todas as vitrines do shopping-chão os emaranhados de fios e carregadores de celular. Eles batem recorde entre CD’s, louças, panelas, itens de beleza, revistas masculinas, brinquedos, roupas e muito mais.

As identidades de quem faz parte do shopping-chão se diferenciam. Nas feiras de antiguidades temos a figura do vendedor que possui conhecimento cultural e conhece a origem dos objetos. No shopping-chão não acontece dessa forma. Muito do que é vendido nas calçadas possuem diversas procedências: recolhido no lixo, recebido por meio de doações, comprado nos galpões de reciclagem e catados pelas ruas da cidade. E aquele que vende é chamado por diversos nomes como catador, ambulante e camelô.

Não existe vitrine no shopping-chão. Para consumir no shopping-chão não é preciso uma arrumação que chame a atenção de quem estiver passando. A calçada pode estar ou não coberta por plásticos, fronhas, papelão ou no chão mesmo. Muitos dos objetos que estão expostos nas ruas estão impregnados de histórias que traçam o perfil de quem as descartou. Autores como Jean Baudrillard que discute a sociedade de consumo, aponta em seus estudos para um mundo onde o homem é rodeado e vive sob a dominação dos objetos, embora seja o criador desses objetos.

A sociedade é caracterizada por seus avanços no desenvolvimento industrial que evoca através do capitalismo a produção constante para a criação em bens e serviços gerando o consumo em massa. O autor trata a questão do consumo observando a ação do desperdício e acumulação: “todas as sociedades desperdiçam, dilapidaram, gastaram e consumiram sempre além do estrito necessário, pela simples razão de que é no consumo do excedente e do supérfluo que, tanto o indivíduo como a sociedade, se sentem não só existir, mas viver” (1995, p.50). Zygmunt Bauman apresenta suas reflexões a respeito da

sociedade de consumidores guiada pelo consumismo. Em seu livro *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias* (2008), Bauman lança mão do termo “sociedade de consumidores” para caracterizar a sociedade que é guiada por um consumismo atual. Há uma troca de importância entre o consumo e o trabalho nessa sociedade.

Ao refletir sobre as articulações do consumo no shopping-chão, sua estrutura e os efeitos exercidos sobre os sujeitos, penso nas relações estabelecidas entre os produtos, quem os vende, como são vendidos, quem compra e para onde vão quando não são comercializados. O shopping-chão é o comércio que acontece na rua. Não tem barracas, não é setorizado, não tem delimitação de espaço, até vir a fiscalização da prefeitura e tirar tudo do chão, o que vende são objetos descartados, que não servem mais e sua origem, na grande maioria, vem do lixo.

Centro do Rio de Janeiro é o ator participativo

Em minha pesquisa de campo delimito os bairros onde o shopping-chão acontece na região do centro Rio de Janeiro: o Riachuelo, a Lapa e Glória. Em cada bairro definido é possível ver a rotina dos vendedores e seus produtos que dividem a calçada com os vendedores e seus produtos. As quadras são as vitrines dos objetos à venda no shopping-chão. A escolha dos bairros foi importante para que o objetivo principal não se perdesse nas inúmeras informações sobre o assunto e os diversos campos em que ele acontece. Atualmente, a rua nos oferta um mercado multifacetado, um misto de brechó, decoração, compra, venda e troca de roupas, calçados, livros, itens de cuidados com a saúde e beleza. Enfim, um verdadeiro amontoado de trecos, troços e coisas (Miller, 2013).

A cidade aparece não como pano de fundo ou cenário para as ações que acontecem nela, mas como ator participativo dos processos socioculturais. Ao deslocar o ponto de vista da cidade para os cidadãos, a chamada “antropologia da cidade” propõe uma unidade analítica relacional e situacional, partindo dos lugares para as pessoas (Agier, 2011, p.21). Os objetivos e percepções dominantes na sociedade que ainda se acostuma com esse tipo de comércio ocasiona uma quebra de cultura do consumo e suas relações entre os sujeitos e a cidade.

Os vendedores no shopping-chão também contam histórias dos objetos o que funciona como mediador da relação com o outro e o mundo, servindo como indicadores e marcos da nossa existência (Starace, 2015). Nas conversas que acompanhei se percebe uma valorização dos objetos e seus vendedores com o intuito de ganho. O lixo nesse momento ganha importância e lugar de destaque. O que poderia parecer marginalizado no trabalho do ambulante ou catador transmutou ocasionando uma renovação de identificações antes negativas para positivas o que aproxima mais o papel do vendedor e seu produto do público. Os vendedores sabem do seu papel social e reivindicam o seu reconhecimento, sua presença nos espaços legítimos de atuação, expandindo desta forma seus campos de possibilidades (Velho, 2003).

O lado humano do shopping-chão

A partir das conversas com alguns vendedores, percebi a necessidade de um entendimento sobre a dinâmica da origem dos objetos. No shopping-chão a oferta de produtos tem origem no que foi jogado fora. São as quinquilharias, trecos e cacarecos, direta ou indiretamente no lixo. Diferentemente de um produto antigo, que tem histórias, tem um determinado século que potencializa os valores com estética requintada, o produto do shopping-chão não. Quem compra nem quer saber muito de quem foi, como chegou ali. E muitos dos seus vendedores são pessoas que tentam vender o lixo de forma direta, sem muito papo. Querem concluir a venda para mais tarde poder comer, beber, pagar o local que dorme ou o aluguel do mês. Muitas histórias vêm a reboque nesse momento. O que é chamado de lixo para muitos é capital de venda e sobrevivência para os vendedores do shopping-chão.

Como vimos, a temática trata-se de um tema extremamente fértil e atual, alinhado às discussões contemporâneas mais amplas sobre o tipo de comércio das ruas. A riqueza existente na experiência cotidiana dos realizadores do shopping-chão, suas relações com os lugares e situações concretas, suas soluções criativas para o comércio do lixo, são os objetos que movem essa pesquisa. Em busca de um tipo de conhecimento que se desenvolva em sintonia com as práticas observadas em sua dimensão relacional e

situacional, as categorias chamadas por Agier (2011) de “lugares, situações e movimentos”, espero explorar com mais profundidade o tema durante o doutoramento.

A partir dos dados até aqui coletados, minha proposta é continuar observando os vendedores em seus fluxos e trajetórias pela cidade. Se possível, acompanhá-los em suas idas ao “garimpo,” mapeando pessoalmente os lugares preferidos para a coleta dos objetos, bem como sua circulação pelos diversos pontos de venda do shopping-chão pela cidade. Uma vez retirados do lixo, estes objetos passam a fazer parte de uma complexa rede de trocas e classificações que é produzida pelos processos de interação entre diversos tipos de atores sociais, sendo interessante identificar e seguir o percurso dessas pessoas e objetos, desvelando, desta forma, os circuitos e as práticas simbólicas subjacentes a estes processos. Atualmente, a rua nos oferta um mercado multifacetado, um misto de brechó, decoração, compra, venda e troca de roupas, calçados, livros, itens de cuidados com a saúde e beleza. Enfim, um verdadeiro amontoado de trecos, troços e coisas (Miller, 2013).

REFERÊNCIAS

- AGIER, Michel. **Antropologia da cidade**. São Paulo, Ed. Terceiro Nome, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em consumo**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2013.
- STARACE, Giovanni. **Os objetos e a vida**. São Paulo, Martins Fontes, 2015.
- VELHO, Gilberto. **Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.