

*Anna Paola Pereira de Oliveira*

Dissertação de mestrado



UFRN - 2005

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS  
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

ANNA PAOLA PEREIRA DE OLIVEIRA

CULTURA E CONSUMO:

O FLUXO DOS BENS

A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE SOCIAL EM  
ESPAÇOS DE POPULAÇÕES PERIFÉRICAS  
CAMPINA GRANDE – PARAÍBA

NATAL-RN – 2005

ANNA PAOLA PEREIRA DE OLIVEIRA

CULTURA E CONSUMO:

O FLUXO DOS BENS

A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE SOCIAL EM

ESPAÇOS DE POPULAÇÕES PERIFÉRICAS

CAMPINA GRANDE – PARAÍBA

Orientador:

Prof. Dr. EDMILSON LOPES JÚNIOR

Dissertação apresentada ao programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como exigência parcial para a obtenção do título de mestre em Ciências Sociais.

Natal-RN – 2005

DISSERTAÇÃO EXAMINADA E APROVADA EM 29/09/2005.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Edmilson Lopes Júnior

Assinatura: \_\_\_\_\_

Membro Titular: Prof. (a) Dr. (a) \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Membro Titular: Prof. (a) Dr. (a) \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Membro Suplente: Prof. (a) Dr. (a) \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## *Dedicatória*

*Nessa pesquisa aprendi muito com as pessoas que entrevistei e que sempre me atenderam com deferência, simpatia e, por que não? Com amizade.  
Aos moradores da Rua Bento Figueiredo, que lenta, penosa, e tenazmente vão construindo sua vida e sua identidade, dedico meu trabalho.*

## Agradecimentos:

As coisas não me são fáceis. Para mim, na minha vida acadêmica tem sido preciso vencer um desafio de cada vez. E bate o desânimo, a sensação de impotência, a vontade de desistir, de não ser testada e contestada a cada etapa, em cada passo da existência.

Então, quando se conclui uma etapa, pode parecer pouco, mas é um momento de intensa alegria. É fundamental, como se fosse numa oração, agradecer e compartilhar com aqueles que estiveram presentes e apoiaram os instantes mais difíceis.

Entre tantos que me ajudaram, desejo particularmente compartilhar o objetivo alcançado com quatro pessoas, as mais próximas nas angústias e incertezas, e por isso mesmo os mais íntimos e importantes. Agradeço a

**Edmilson Lopes Júnior**, atento, bem humorado, que nunca me fez desconfiar de minha capacidade, e sempre apoiou meu trabalho indicando as sendas por onde devia trilhar e ir desvendando meu próprio caminho;

**Emilene Leite de Souza**, irmãzinha das magoas e lamentos, das tristezas da madrugada e das crises desesperançadas. Mas, também, a cúmplice dos sonhos alevantados, das buscas teimosas do mundo a conquistar;

**Marisa Pereira**, que me fez como sou, que sempre me observa mesmo de longe, me faz sentir protegida e envolvida e sei que torce sempre por mim;

**Orlando Pinto de Miranda**, apoio firme, constante e sólido, intelectual e afetivo, sempre próximo sem me invadir, sempre junto toda vez que precisei.

Que compartilhem comigo este momento, em que uma etapa se conclui, compartilhando necessariamente este percurso gravado para sempre na minha memória e no meu coração. Muito obrigada.

# SUMÁRIO

Capítulo	Tópico	Título	página
		RESUMO	8
		ABSTRACT	9
APRESENTAÇÃO		UM OLHAR SOBRE O OUTRO	11
I		ENTRANDO NO ‘PEDAÇO’	19
I	1.1	Envoltos na teia	30
I	1.2	Consumo: Um recurso para se pensar	36
II		A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO ESPAÇO	43
II	2.1	A Importância do Lugar	43
II	2.2	Dos Produtos Bons para Serem Consumidos	45
II	2.3	Estética, Limpeza e Ordem	59
III		O SIGNIFICADO DOS BENS	66
III	3.1	Consumo e Identidade	73
III	3.2	Bens, Simbolismo e Bricolagem	77
CONCLUSÕES		Considerações Finais	84
		REFERÊNCIAS	89



## **RESUMO**

Trata-se de trabalho etnográfico cujo objetivo é verificar os dispositivos por meio dos quais os moradores de uma área periférica de baixa renda se pensam e pensam suas relações sociais a partir do consumo (e das aspirações conexas), do caráter simbólico adquirido pelos bens entendidos como componentes fundamentais para a compreensão da teia de relações que se estabelecem. Através do consumo revelar-se-á como os indivíduos se comunicam, concedem status, criam novas formas de ação e se identificam. Parte-se do princípio de que consumir está amarrado a uma teia de significados simbólicos em que os próprios indivíduos tecem suas impressões, destacando-o como um recurso para pensar o próprio corpo, a ordem social (ainda que instável) e o processo de inserção na sociedade mais ampla. Sendo assim, o ato de consumir é mais do que uma perspectiva que estabelece quadros estatísticos sobre bens de consumo com suas formas de produção, circulação e funcionamento econômico: é também uma forma de perceber o repertório com o qual os consumidores mapeiam as operações individuais e sociais, ordenando, classificando e identificando o mundo social.

**Palavras-chaves:** consumo - identidade - simbolismo.

## **ABSTRACT**

It is an ethnographic work that has an objective of verifying devices through the residents of a low income suburban area, and the way they deal with their social relations through consumerism (and the aspiration connected to it), the symbolic character acquired through consumer goods, understood as one of the fundamental components for the comprehension of the web as relations that established, Though consumerism, individuals will reveal ways of communication, of the status, of creating new forms of action and identification. Using the principal that believes in a web of symbolic significance where own individuals develop their impressions, as a resource to look at their own bodies, a social order (yet unstable), and the process of inclusion in a broader society. In conclusion, the act of consuming is more than a perspective that establishes statistics on consumer goods, with their ways of production, circulation and economic functioning: it is also a way of perceiving a collection mapped by consumers individually and socially, and by those means organizing, classifying and identifying the social world.

Keywords: Cosume- Identidade- symbolism

## **Apresentação: Um olhar sobre o outro**

Por se tratar de um trabalho etnográfico, que visa compreender como uma população de baixa renda que se pensa e se relaciona socialmente através dos produtos que consomem, inicia-se com a descrição dos personagens da pesquisa, do lugar onde moraram e de seu cotidiano.

A pesquisa foi realizada à Rua Bento Figueiredo, no bairro do Monte Santo<sup>1</sup>, a oito quilômetros do centro da cidade de Campina Grande, no Estado da Paraíba. O município está localizado a quinhentos e cinquenta metros acima do nível do mar, na região oriental do planalto da Borborema e povoado por trezentos e oitenta mil habitantes<sup>2</sup>.

O terreno em que a rua está situada tem cerca de noventa residências e pertence legalmente a uma família de políticos da região – os Lira. A área invadida há quinze anos por famílias de baixa renda (desabrigados ou que pagavam aluguel em outros locais) está sendo desapropriada pela prefeitura municipal depois de longo processo de negociação com os proprietários. Presentemente, encontra-se urbanizada contando com serviços de luz, água e coleta de lixo. Além disso, o bairro dispõe de vários estabelecimentos de prestação de serviços, além de razoável comércio (armazéns e mercadinhos). Há creches, escolas municipais, estaduais e privadas de ensino fundamental e um posto de saúde.

---

<sup>1</sup> O nome se deve a localização do cemitério, que, como o bairro, é dos mais altos, e mais antigos da cidade.

<sup>2</sup> dados do IBGE, censo de 2003.

A Rua Bento Figueiredo situa-se na periferia social e geográfica da cidade. As condições de infra-estrutura são precárias. o saneamento básico é incompleto e, em algumas partes, o esgoto corre a céu aberto. Não há calçamento e o lixo é jogado quase em frente às casas (embora haja coleta de lixo regular). Os insetos e roedores dividem espaço com os habitantes, as residências são de alvenaria, com poucos cômodos e, boa parte delas, sem muros para demarcá-las; algumas casas são de chão batido, sem reboco nas paredes ou de taipas.

O campo da pesquisa, portanto, é uma das áreas pobres da cidade, cujos moradores vivem sob condições econômicas precárias, possuem baixo grau de escolaridade, muitos estão desempregados e vivem de fazer bicos para sustentar a família.

Rua Bento Figueiredo, às oito horas da manhã. Silêncio. Ninguém transitando ou conversando nas portas das casas. Somente o barulho do vento que balançava as folhas das árvores. De fato, a rua é bem atípica, pois ela é geograficamente isolada do seu bairro uma vez que, em sua frente, só há árvores que vão descendo ladeira abaixo até parar em uma pista asfaltada que se direciona ao bairro de Bodocongó e, na parte de trás, existe apenas um matagal. Como a rua está em um dos pontos mais altos da cidade, dá para ver o açude de Bodocongó, o Hospital da FAP e a UEPB (Universidade Estadual da Paraíba) cercados por montes e muito verde.

Mas como já foi mencionado, ao chegar na rua, a primeira impressão é de que se tratava de um lugar fantasma, não havia transeuntes ou barulho saindo das casas. Mas foi apenas a primeira impressão, pois ao Jongo das visitas, percebe-se um lugar onde o cotidiano era bastante intenso e agitado.

A rua Bento Figueiredo, há quinze anos, não era mais do que uma propriedade privada cercada e coberta por mato. Em 1990, a área foi invadida e, atualmente, os

"invasores" ainda moram no local e contam como ocorreu a ocupação do trecho de terra.

Pessoas que moravam em outros bairros vizinhos ao Monte Santo (área em que fica o terreno), saíram das casas alugadas em que viviam e invadiram a localidade para construir suas casas próprias. Outros indivíduos que vinham do sertão (Taperoá e Areal) fugidos da seca, migraram para Campina Grande a procura de trabalho e, chegando à cidade, tiveram notícia de que uma área do Monte Santo estava sendo invadida e também foram em busca de suas casas próprias, para se estabelecer na capital.

No início da ocupação, relatam os moradores, ocorreram muitas brigas por causa da divisão dos terrenos e, para não serem expulsos do local invadido, construíram casas de taipas e se fixaram na área.

As brigas eram pelos espaços que separavam uma casa das outras. Ameaças de morte, espancamento entre vizinhos e bate boca na rua eram frequentes naquela época. O início da ocupação foi muito difícil porque os moradores não tinham dinheiro para comprar tijolos e telhas, então eles construíram suas casas com pedaços de madeira e restos de papelão. Durante cerca de cinco anos, não havia água encanada, nem iluminação na rua. Uma das informantes, dona Linda, disse que o escuro era tão grande na área que, depois das seis horas, não se via mais nada e que até hoje sua filha atualmente com quinze anos - tem medo do escuro, traumatizada desde a época em que chegaram à rua.

Atualmente, a maioria das casas (cerca de sessenta e cinco) é de alvenaria, de piso cimentado e com banheiros, mas ainda existem residências que mesclam paredes de tijolos com taipa e chão batido. Algumas possuem muros na frente e nas laterais; outras, terraço com grades na fachada. Porém, existem moradias que não possuem nenhum tipo de muro para separá-las dos vizinhos. O que é muito usado nesses casos são cercas de gravetos para demarcar os espaços pertencentes a cada residência.

A estrutura interna das casas também varia muito. Algumas possuem poucas divisórias, sem portas; outras não têm paredes, mas cortinas em seu lugar; algumas ainda possuem divisórias com portas.

No geral, as casas são pequenas, com um ou dois quartos, sala de estar, banheiro e cozinha e, em média, são habitadas por famílias de seis indivíduos, mas esse número pode aumentar, chegando a onze pessoas.

A estrutura familiar é, geralmente, formada por um casal, seus filhos, netos e agregados. Os netos surgem, principalmente, das filhas adolescentes que, não tendo para onde ir com seus filhos, acabam ficando com os pais. Os agregados, geralmente, são genros e noras que, com poucas condições de montar uma casa, preferem ir morar com os sogros e ajudarem nas despesas mensais.

Nas residências da rua Bento Figueiredo não há rejeição de parentes e agregados. Os netos dos donos das casas são acolhidos, bem como genros e noras. Exemplo é dona Glória, casada e mãe de dois filhos, cujo mais velho engravidou a namorada. Como a família da moça não tinha como sustentar a criança, dona Glória pediu para criar o neto que, atualmente, tem três anos. A namorada do filho mais novo também foi morar na casa, com a condição de ajudar nos afazeres domésticos. Casos de adolescentes grávidas são muito corriqueiras na rua. Glória, Socorro, Rira, Maria e Rosângela, com seus respectivos maridos, são exemplos de famílias que acolheram os netos de filhos jovens.

Com o crescimento da família, seja por netos de moças adolescentes ou pela inclusão de agregados, as despesas aumentam e o esforço para pagar contas antigas e novas é uma preocupação constante para moradores da rua.

No caso das residências em que existem adolescentes grávidas ou com bebês pequenos, as moças ficam com a responsabilidade de cuidar da casa e das crianças. Em

outras moradias, quando as crianças estão maiores, as mães vão trabalhar para assegurar o sustento dos filhos. No caso dos rapazes, sempre é a avó que assume a criação do neto. As jovens têm de trabalhar, porque os avós não têm como sustentar os netos e os pais dos bebês, mesmo assumindo a paternidade, não contribuem financeiramente para a criação dos filhos.

A renda da família, geralmente, não tem só uma fonte. É comum, quando se pergunta sobre a renda familiar, citar apenas a renda maior, geralmente abaixo de um salário mínimo, como foi o caso de Severina, Josivaldo, Nice e Socorro, entre outros. Porém, no decorrer das entrevistas, vão surgindo indícios de novas fontes de renda: bicos, frete de cavalos e vendas de cosméticos servem como uma segunda fonte de recursos para o sustento da família. Ainda há ajuda financeira mandada por filhos que vivem no Sudeste (Rio de Janeiro e São Paulo), como nos casos de Severina e Nice, cujos filhos arranjaram empregos nestas cidades e, mensalmente, enviam dinheiro para os pais. Outra fonte de renda é a bolsa escola Governo Federal. A renda das famílias da rua, então, é composta por várias fontes, que vão desde empregos formais a bicos, auxílios governamentais e não governamentais.

Nas residências, a presença dos homens como chefes de família é maioria, mas o número de mulheres que sustentam a casa não é irrisório.

Dos trinta domicílios pesquisados, cerca de 21 eram chefiados por homens; nos restantes eram as mulheres que proviam o sustento do lar. No caso dos homens, há muita dificuldade em manter um emprego fixo (devido à falta de escolaridade e qualificação profissionalizante), mas os trabalhos "regulares" são, no geral, como mecânicos, vigilantes e pedreiros. Porém, o que recebem, em princípio, não dá para pagar todas as despesas do lar, então fazem biscates (pintam casas, auxiliam pedreiros, comercializam porcos, fretam cavalos, etc) para complementar a renda. As mulheres, cuja renda do marido é maior, ficam com os afazeres domésticos e tentam ajudar financeiramente vendendo cosméticos, animais

de criação (porcos e galinhas) ou picolé de saco (dindim) - assim vivem Verônica, Nice e Socorra, entre outras. Quando as mulheres são as provedoras do sustento do lar, trabalham como empregadas domésticas, lavadeiras, passadeiras, merendeiras ou ajudantes de cemitério.

Os jovens, quando rapazes, também ajudam financeiramente, às vezes deixam de estudar para trabalhar e estudam à noite, quando saem do emprego. Eles trabalham em fábricas, auxiliam pedreiros ou em máquinas de xerox (nas universidades próximas à rua). Mas também existem rapazes que só estudam ou nem isso fazem - muitos são os que traficam drogas, assaltam e puxam carros. As moças, geralmente, trabalham como empregadas domésticas, prostitutas, diaristas ou comerciárias. As crianças ajudam na renda da casa indo à escola, pois assim podem receber a bolsa do Governo Federal.

As famílias da rua têm uma intensa comunicação social, isto pode ser visto no cotidiano delas. Os homens que não estão empregados, ou não tem um serviço extra, reúnem-se para beber e jogar conversa fora. Mas são as mulheres que mais fortalecem as redes de comunicações, seja por telefone, por cima das cercas ou reunidas em frente às casas. No bate-papo comenta-se sobre família, trabalho, vizinhos, novelas, preço das coisas, roupas, etc. Embora em suas falas fique claro que elas não querem ser vistas como fofocas, que sabem de tudo que acontece na rua, elas sempre se mostram a par dos assuntos desta e de como anda a vida dos moradores.

Homens e mulheres que foram entrevistados afirmam que não sabem nada sobre os vizinhos, que vivem suas vidas e não querem saber o que acontece nas outras casas; mas, através das visitas ao campo e das conversas sem gravador, percebe-se que a comunicação é um ponto forte daquela localidade. As pessoas sabem quem está trabalhando, quem trai a esposa ou o marido, quem é amante, a adolescente que está grávida, quem foi preso, quem fuma maconha, qual a família que está passando dificuldade financeira, quem está ganhando



bem, quem vai viajar ou quem é religioso, etc.

A solidariedade também é um ponto forte do local, todas as pessoas afirmam já ter ajudado a alguém da rua que estivesse passando por problemas.

Entre as mulheres, quando uma vizinha está doente recebe ajuda de outra na arrumação da casa e na preparação da comida para a família. As mulheres da rua também se ajudam com palavras amigas, dando força para quem está com problemas tentar enfrentá-los da melhor forma possível.

Para os homens, a convivência e a amizade são menos constantes, pois trabalham o dia inteiro, durante toda a semana e só chegam em casa à noite. Quando desempregados, os homens saem à procura de "bicos". Por esta razão, não ficam muito tempo em casa. Os aposentados que são poucos - ficam em suas residências. É difícil ver homens reunidos, mas em visitas ao campo, por duas vezes, os vi bebendo em frente às suas residências.

Contudo, a amizade mais forte entre moradores se dá entre vizinhos que estão mais próximos, em detrimento daqueles mais distantes.

Estes são sempre uivo às críticas e fofocas. As mulheres sempre acusam as vizinhas mais distantes de bestas, de só quererem ser ricas e de gostarem de falar da vida alheia; as mais próximas são nas quais depositam mais afeto, são as suas comadres que dividam, em suas conversas, o dia-a-dia.

A prosa em frente às calçadas é um tipo de diversão para os moradores, mas há outras coisas que gostam de fazer para se divertir.

Geralmente, as mulheres vão às igrejas, ao shopping e ao centro da cidade levando consigo as crianças pequenas para passear. As moças gostam de andar dentro do bairro (ver armarinhos, visitar colegas ou namorar). No caso dos homens, uns gostam de jogar futebol em campos próximos, outros vão beber e conversar com amigos de localidades vizinhas

(Palmeiras e Jeremias). Os rapazes saem para namorar e encontrar colegas no próprio bairro ou em outros.

A maioria dos entrevistados afirma gostar de morar na rua Bento Figueiredo, pois não têm muito do que reclamar da vizinhança, e foi lá que construíram suas casas próprias e criaram seus filhos. Mas há uma questão que está preocupando os moradores mais recentemente. Anos atrás, dizem, a rua era mais tranqüila, havia menos assaltos e barulho. Atualmente, as famílias estão assustadas porque, à noite, grande quantidade de pessoas fumam maconha na linha do trem que fica em frente à rua. Existe tráfico de drogas e jovens, que passeiam pela região, são reconhecidos como ladrões e puxadores de carro.

Dona Linda falou que sua casa foi arrombada duas vezes, roubaram a televisão e o aparelho de som. Ela suspeitou, na época, de gente da rua, que conhecia o movimento da casa. Depois confirmou que era, de fato, alguém do local, mas não teve como provar, porque ninguém quis falar por medo da reação dos infratores.

Alguns moradores acham que a rua está ficando assustadora. As vezes, segundo dona Glória, a polícia dá uma "batida" e tem tiroteio, os policiais vão à Bento Figueiredo procurar suspeitos de roubos. Dona Nice e dona Linda reclamam que, à noite, as portas não podem ficar abertas até tarde; antes elas ficavam até às 22 horas conversando nas calçadas.

Atualmente, a partir das oito as casas já estão fechadas por medo do movimento de pessoas na rua.

A violência, porém, não é só externa. Algumas mulheres e filhos são alvos da violência dos seus maridos e pais dentro das próprias casas. As agressões chegam a ameaças' de morte. Dona Linda contou que já separou várias brigas de marido e mulher na rua; em uma delas, segurou da mão do marido, uma faca que ele apontava para a esposa. Em mais duas outras ocasiões ela ajudou a "acalmar os ânimos de outros casais". Todavia, a violência

doméstica, pelo que se pode perceber, não é considerada uma grande agressão nem às mulheres e nem aos filhos, são brigas familiares que fazem parte da vida dos casais e não tem grandes conseqüências, pois após as discussões acabam fazendo as pazes e a vida continua. Também há muita briga entre vizinhos alcoolizados e sempre há discussões - desde o início da invasão - por terrenos ou espaços (becos) da rua.

As opiniões sobre a questão da Violência local se dividem Enquanto algumas pessoas acham que a rua está mais perigosa e que isto afeta suas vidas (nas entrevistas esta opinião foi minoria), outras afirmam não ver um grande aumento da violência e que a presença de pessoas fumando maconha na rua, em determinadas horas, não significa uma ameaça aos moradores da Bento Figueiredo. Segundo dona Isabel, viúva, 51 anos e três filhos, que mora há quinze anos na rua, nunca houve problemas com violência; ela acha a rua tranqüila. A violência, no interior das casas, por sua vez existe, mas na maioria este tipo de situação não ocorre.

## **I ENTRANDO NO “PEDAÇO”.**

Neste trabalho tento verificar como as pessoas de baixa renda se pensam e pensam suas relações sociais através do consumo. Meu esforço é para compreender como o caráter simbólico dos bens de consumo se compõe de dispositivos que acionam *uma* teia de relações sociais em que se pode notar a comunicação, as ações dos indivíduos e ordenamento do mundo destes.

Tentar captar o significado do consumo cultural dos moradores da rua Bento Figueiredo é a primeira intenção, porém algumas questões se colocaram no meu caminho. Como me aproximar dos moradores? Como conseguir a confiança deles para que pudesse coletar dados? Como iriam revelar fatos pessoais de suas vidas?

Quando pensei em trabalhar com a temática do consumo, assunto que me interessou a partir de uma disciplina da graduação, já queria realizar estudos com uma população de baixa renda, queria conhecer como pessoas de baixo poder aquisitivo lidavam com o universo dos bens e o que isto significava em suas vidas. Outro fator importante, que voltou minha atenção para este tipo de comunidade, é que os trabalhos sobre consumo, no âmbito das pesquisas em Ciências Sociais, constam de estudos que arrolam tanto pesquisadores clássicos como autores mais atuais, que pensam a atividade do consumo em um período da pós-modernidade. Mas o fato é que, na maior parte dessas pesquisas, analisam-se determinados grupos sociais que têm um “certo poder de consumo”, sem se deter nas comunidades que, em tese, não seriam potencialmente grandes consumidoras.

Os teóricos da Escola de Frankfurt, por exemplo, formularam as teorias da indústria cultural, reificação, fetichismo da mercadoria e a racionalidade instrumental do mundo, propiciando uma mudança de foco da produção para o processo de mudança cultural. (FEATHERSTONE, 1995).

Os frankfurtianos viam a indústria de bens de consumo culturais como uma forma *sui generis*, pela qual a produção seria organizada no contexto das relações capitalistas de produção e lançadas no mercado para que pudesse ser consumida. Este tipo de indústria tinha função social específica, ela ocupava o espaço do lazer, não deixando tempo para as pessoas criticarem a sociedade à qual pertenciam. Além disso, por meio dos bens que produzia, conseguia fazer os consumidores esquecerem a realidade que era alienada.

“Os consumidores de entretenimento musical são eles mesmos objetos ou, na verdade, produtos dos mesmos mecanismos que determinam a produção da música popular. Seu tempo livre serve apenas para reproduzir sua capacidade de trabalho. É um meio ao invés do fim (...). Eles querem bens padronizados

e pseudoindividualizados porque o seu lazer é uma fuga do trabalho e ao mesmo tempo é modelado segundo essas atitudes psicológicas às quais seu mundo rotineiro exclusivamente os habituou”. (SLATER, 1978).

As teorias desenvolvidas por Adorno, Horkheimer, Marcuse e outros exprimem, em uma concepção mais atual, uma teoria crítica artista da cultura de massa, como se esta fosse uma cultura degradada e sem nenhuma simpatia pelas especificidades dos prazeres das classes populares. As críticas aos frankfurtianos foram endossadas principalmente pelos trabalhos subseqüentes de autores pós-modernistas (FEATHERSTONE, 1995).

Sendo assim, o grupo enfatizado nos estudos frankfurtianos é a chamada elite cultural e, não obstante, apesar das críticas feitas a estes, os trabalhos mais recentes também se voltam para grupos de aspirantes, novas classes média e rica ou alta. Embora as teorias desenvolvidas no passado e na atualidade tenham interesses e discussões distintas, o *locus* das análises, geralmente, se volta para grupos sociais que tenham "poder de consumo" na sociedade capitalista.

Desta forma, o que me instigou a pesquisar como pessoas estão se pensando através do consumo e quais as implicações desse ato para as formas de organização social, em populações de baixa renda, foram as inquietações e as dúvidas ao pensar em uma comunidade que não é vista, pela sociedade e por uma parcela de pesquisadores, como um grupo representativo na aquisição de bens, ou seja, que tem representatividade na cultura do consumo.

Então, tomado por base estas premissas, saí em busca de um local que me desse esta possibilidade de observação. Foi assim que, saindo da UFPB, vi uma rua que, percebi, era habitada por pessoas de baixa renda.

Fui caminhando ao encontro dela. Era um local isolado, com casas só de um lado,

cujas moradias variavam de tamanha - umas eram bem pequenas, feitas de taipa, outras eram de alvenaria com quadros pendurados na parede do terraço. A via pública não possuía saneamento básico, o lixo era jogado em terrenos baldios e, iodo aquele cenário, chamou minha atenção. Percebi que aquele local era o campo de pesquisa que estava procurado, era o espaço que queria conhecer, observar e coletar dados para uma pesquisa que dava seus primeiros passos.

No decorrer de dois anos passei a visitar, periodicamente, a rua Bento Figueiredo, mas foram nos últimos seis meses da pesquisa que minha presença se tomou mais efetiva no campo. Todas as vezes que fui à rua para coletar dados vivenciei experiências diferentes. Ao todo, foram realizadas trinta entrevistas com seus moradores. Dentre eles estavam chefes de família (homens e mulheres), donas de casa, jovens e aposentados que foram abordados através de um roteiro de entrevistas Mas também a observação como auxiliar para a coleta de dados, numa tentativa de interpretar o cotidiano vivenciado pelos moradores.

Fazer uma etnografia foi a melhor forma, a meu ver, de interpretar uma realidade com riqueza de detalhes, mas fazer uma etnografia significa mais do que transcrever textos, levantar genealogias, mapear campo, manter um diário, etc. (GEERTZ, 1990). O fazer etnográfico consiste em um esforço intelectual do pesquisador em produzir uma descrição densa do objeto em estudo, investindo na capacidade de seguir uma hierarquia estratificada de estruturas significantes na qual o objeto é passível de interpretação e sentido.

Segundo Geertz (1990), fazer etnografia é como

“(...) tentar ler um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses e incoerências de sinais do som, mas com exemplos de comportamento modelado”.

Sabendo que o método necessita de técnicas específicas para obtenção dos resultados, o instrumento utilizado durante a pesquisa foi a observação participante, onde as entrevistas constituem diálogos e experiências coletados. No decorrer da pesquisa, o caminho metodológico adotado proporcionou a oportunidade de participar do cotidiano, onde compartilhei o dia-a-dia com moradores da rua Bento Figueiredo, atores sociais por excelência, estabelecendo um contato face a face. Conforme a definição de Schwartz e Schwartz (1990).

“Para nossos fins, definimos observação participante como um processo pelo qual se mantém a presença do observador numa situação social com finalidade de realizar uma investigação científica. O observador está em relação face a face com os observados e, ao participar da vida deles no cenário natural, colhe dados. Assim, o observador é parte do contexto sob observação, ao mesmo tempo modificado e sendo modificado por este contexto.”

Seguindo a minha intenção de fazer uma etnografia na Rua Bento Figueiredo, decidi entrar em contato com os moradores e, nas minhas três primeiras visitas, vivenciei experiências inusitadas no campo.

Nas primeiras incursões, observava a constituição das casas e o cenário que envolvia a rua. Em um segundo momento, comecei a bater na porta das residências para poder entrevistar as pessoas. Neste primeiro contato, circulando pela área, presenciei todos os tipos de “cantadas” dos rapazes que ficavam reunidos embaixo das árvores conversando; fui uma espécie de odontóloga, quando dona Maria, casada, 28 anos, três filhos, mostrou-me os dentes esperando que eu lhe dissesse para extraí-las e os substituísse por uma prótese dentária; fui também psicóloga para dona Glória, que falava de seus traumas conjugais (traições antigas do marido e de como ela conseguiu reconquistá-lo, alertando-me e aconselhando-me para fazer o mesmo se quisesse “segurar um homem” e não o perder jamais); fui confundida com uma



agente de SEBRAE, talvez por falar em um assunto que não deixa de estar ligado à economia (consumo), pelo senhor Manuel, dono de uma fábrica de luvas de couro artesanal, que falava comigo como se eu entendesse como uma pequena empresa poderia vir a se transformar em um grande negócio.

Estas situações não deixavam de ser engraçadas, mas tive de ter atenção para que os informantes não se dispersassem do tema das entrevistas. Pois isto poderia se tornar um problema, se eles ficassem apenas falando sobre os assuntos que mais lhe chamavam a atenção.

Por tudo isto, é válido compreender que, segundo Da Matta (1971),

“Esses são aspectos românticos da disciplina, quando o pesquisador se vê obrigado a atuar como médico, cozinheiro, contador de histórias, mediador entre índios e funcionários da UNAJ, viajante solitário e até palhaço, lançando mão destes vários papéis para poder realizar as rotinas que infalivelmente aprendeu na escola graduada.”

Neste sentido, a experiência etnográfica, transforma-se em uma variedade de papéis sociais, dotados de artimanhas que o etnólogo se utiliza para obter informações dos pesquisados, como demonstra James Clifford (2002) ao mostrar uma das discussões metodológicas de Griaule.

“Em diferentes momentos, um afável companheiro da pessoa submetida à pesquisa, um amigo distante, um estrangeiro no sentido estrito um pai compadecido, um patrão preocupado, um comerciante que paga por revelações, uma a uma, um ouvinte que finge distração diante dos portões abertos dos mais perigosos mistérios, um amigo atencioso que demonstrava vivo interesse pela mais insípida das histórias familiares - o etnógrafo faz desfilar pela sua face uma

coleção de máscaras tão ricas quanto aquela de posse de qualquer museu”.

Quando a minha frequência se tomou mais constante, nos últimos meses de pesquisa, vivenciei uma segunda experiência totalmente diferente da primeira. Munida de máquina fotográfica e gravador em mãos, acabei despertando a curiosidade e a desconfiança dos moradores. Toda vez que me aproximava de uma residência, para pedir que uma pessoa me concedesse uma entrevista, acabava sendo entrevistada primeiro.

Perguntavam-me o que eu estava fazendo ali, se eu era da imprensa, da polícia ou do juizado de menores.

Eram quatro horas da tarde quando comecei a entrevistar dona Nice. Depois de conversar comigo, me apresentou o seu Tomé, dono de uma mercearia, solteiro, 35 anos de idade. Ela disse que todos da rua gostavam dele, porque ele era uma pessoa bem-humorada. Dona Nice inicia o diálogo:

- Oi Tomé, estou trazendo essa moça para fazer uma entrevista com você.

Seu Tomé, que estava no balcão da mercearia, foi logo perguntando:

- De onde você é? Entrevista de quê?

Dona Nice:

- Ela é da universidade, é uma pesquisa de economia para saber o que a gente gosta de comprar, essas coisas.

Seu Tomé:

- Você é da TV Borborema? Do juizado de menor?

Um vigilante da universidade, que estava presente, perguntou se Tomé estava devendo à Justiça.

Seu Tomé:

- Não, não. Eu só não quero dar entrevista hoje. Venha segunda-feira, aí eu falo com você.

Eu insisti para ele me dar a entrevista, falei sobre o que era a pesquisa e que era de fato da universidade, mas não teve jeito, ele não quis responder às perguntas. Só depois de uma semana foi que nós voltamos a conversar e, aí sim, ele me deu a entrevista. Mas acho que ele só resolveu falar comigo depois que me viu várias vezes na rua acompanhada de dona Nice e Luciana (adolescente de 17 anos, filha de dona Rita).

Este foi um exemplo de como foi complicado, no início, ganhar a confiança dos moradores da rua. A desconfiança e o receio eram notórios, na face dos entrevistados, na primeira semana em que fui todos os dias ao campo. Pensei, inicialmente, que, aquela

atmosfera de desconforto iria permear todo o trabalho de campo e que ficaria estigmatizada como uma estranha bisbilhoteira. Muitas pessoas demonstravam até medo de que eu, sendo uma jornalista ou uma policial, pudesse expor a comunidade a algum tipo de constrangimento. Na verdade senti, em alguns moradores, o medo da possibilidade de uma estranha se tornar uma invasora, que poderia desvendar os segredos, os mistérios, a vida das pessoas que habitavam aquela rua.

Foi o caso de dona Severina, viúva, 62 anos e dois filhos, que me concedeu uma entrevista, mas só me atendeu porque fui enviada por dona Glória e fez muitas perguntas sobre minha procedência.

Severina:

- Para que serve esta pesquisa? É do governo?

Eu respondi que era da universidade, que era uma pesquisa sobre consumo e que só queria ter algumas informações sobre ela e sua família. Dona Severina aceitou me dar a entrevista. No mesmo dia encontrei dona Glória e ela me disse que, assim que eu saí da casa de dona Severina, ela ligou para saber porque a vizinha tinha me enviado á sua casa. Dona Glória disse que dona Severina estava com medo de mim, não sabia quem eu era e que mentiu em todas as perguntas que eu lhe fiz.

Neste sentido, Schwartz e Schwartz (1990) afirmam:

“Uma pessoa torna-se aceita como observador participante devido em maior proporção ao tipo de pessoa que ela revela ser aos olhos dos seus contatos no campo, do que aquilo que a pesquisa representa para eles. Os contatos no campo querem assegurar de que o pesquisador é bom 'sujeito', de que se pode ter certeza que não fará 'nenhuma sujeira' com o que descobri”.

A minha explicação para me aproximar dos moradores era mostrar que eu era uma estudante fazendo uma pesquisa e que precisava da ajuda deles, através de suas informações, para concluir meu trabalho. Mas, mesmo assim, foi difícil convencer as pessoas; porém, duas entrevistadas, dona Nice e Luciana, ajudaram muito ao me apresentarem aos moradores da rua. Elas andavam comigo a maior parte do dia. Depois que as pessoas já sabiam quem eu era, e que possuía conhecidos na comunidade, consegui ser aceita e ter mais crédito com os moradores.

Outro fato me fez perceber que começara a conquistar a confiança dos moradores, foi a preocupação destes com o meu bem-estar e a minha segurança nos momentos em que estava na rua. Dona Glória me falou que eu fui muito esperta em chamar o filho mais novo dela para me ajudar a tirar algumas fotos do campo, pois muita gente ficou intrigada com o “meu ensaio fotográfico”.

- Você tenha cuidado quando for fazer fotos da rua, aqui tem traficante, gente que não quer ser fotografada, você fez bem em chamar o meu filho. Não saia sem ele.

Outra pessoa que me alertou sobre os perigos da rua foi dona Nice, ela disse que eu não fosse à noite para a rua, porque tinha muita gente fumando maconha e, como eu não era da rua, poderia ser perigoso; ou então, se eu fosse, pedisse para alguém ficar comigo, pois, estando acompanhada com moradores da rua, ninguém iria fazer mal.

Esses cuidados e alertas significavam que eu estava começando a ser aceita pelo grupo. Sobre isto MAGNANI (1998) diz:

“A reversão do que eu identificava como clima de indiferença (e que mais tarde percebi ter sido desconfiança e até hostilidade), deu-se após ritual de ‘reconhecimento e aceitação’. Foi um verdadeiro rito de passagem, que me permitiu a entrada no ‘pedaço’”.

E ainda "pedaço", para este autor significa:

“poder ser reconhecido em qualquer circunstância, o que implica o cumprimento de determinadas regras de lealdade que até mesmo os bandidos da vila, de alguma forma, acatam. Pessoas do "pedaço" que não o seu, são muito cautelosas: o conflito, a hostilidade, estão sempre latentes, pois todo o lugar fora do pedaço é aquela parte desconhecida do mapa e, portanto, do perigo”.

Em duas semanas, tendo contato diariamente com os moradores, recebi o meu primeiro convite para almoçar. Dona Glória me chamou para passar a tarde do sábado em sua casa. Foi a oportunidade que tive para permanecer mais tempo com as pessoas, um almoço significava conhecer melhor o cotidiano de uma residência da rua. Pude ver cada detalhe dos quartos, as roupas de cama que colocavam no final de semana; a arrumação da casa para receber uma visita (que era eu, no caso); o raque da sala *com* adornos, TV, som, videocassete, os porta-retratos de família, ou seja, foi a chance de ver o interior da casa, as relações familiares, a relação com os vizinhos, os objetos considerados importantes para a família, os comportamentos, as conversas das pessoas. Eu pude aproveitar, neste convite de dona Glória, o tempo e o espaço para observar indícios da composição do universo social de uma família da rua Bento Figueiredo.

Segundo Zaluar (1990):

“o etnógrafo tem que levar em consideração os comportamentos, isto é, os gestos, o tom das conversas, as atitudes do corpo e expressão facial, pois eles são expressivos. Os comportamentos dizem algo a respeito do significado emprestado à situação vivida”.

A partir do primeiro almoço, não parei mais de ter convites para tomar café, almoçar e prostrar debaixo das árvores. Assim percebi, no decorrer das minhas visitas ao campo, que fui começando a ser aceita pelos moradores.

Através das entrevistas e da observação do cotidiano das pessoas, pude perceber as estratégias elaboradas por estas para adquirirem bens de consumo e como tais bens, simbolicamente, produziam significados de inclusão, de *status*, de comunicação e classificação do mundo social, nitidamente interpretado por todos que compunham a comunidade. Também pude perceber, através da aquisição de bens, como as pessoas expressavam seus desejos, suas ambições, suas desventuras e a esperança em dias melhores. Por intermédio do consumo de bens, vários aspectos da vida social eram pensados pelas pessoas: a comunicação com a vizinhança, o trabalho, o espaço que ocupavam no mundo, a situação econômica do país, etc.

### **1.1 - Envolto na teia.**

No geral, ao se falar em consumo, o discurso tende a superficialidade, quando não ao preconceito. E tentativas de análise se baseiam em enquadramentos hedonistas ou moralistas que, quando não colocam o ato de consumir como algo que está relacionado a um

estado de felicidade e de realização pessoal, tentam explicá-lo como responsável por diversas mazelas na sociedade. Estas teorias, descritas acima, percebem os consumidores como pessoas apáticas, presas às artimanhas do publicitário, ou como seres invejosos que rivalizam entre si ou, ainda, indivíduos suicidas que correm para o desastre. Tais teorias são frívolas e perigosas. O consumo, por ser vivenciado por toda a sociedade, toma-se um alvo fácil para generalizações superficiais, prejulgamentos inconseqüentes e suposições precipitadas (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2004).

Mas será que para além desta visão do consumidor dentro de uma perspectiva hedonista, poderíamos ter um outro tipo de interpretação sobre este ator social? Será que as ações dos indivíduos estão restritas às de consumidores passivos?

Neste trabalho, aposta-se na idéia de que os bens são necessários, acima de tudo, para evidenciar e estabelecer categorias culturais e de que uma das principais funções do consumo é dar sentido, construindo um universo inteligível para os consumidores.

Segundo Clifford Greetz (1989), “o homem é um animal amarrado a uma teia de significados que ele mesmo teceu” e a cultura é constituída desse emaranhado de fios que se auto-explicam. Tomando a cultura como teia de significados tecidos pelo homem, considera-se, então, o consumo como uns dos fios através dos quais os atores tecem as redes de significados. Ou seja, comprar objetos, pendurá-los ou distribuí-los pela casa, assinalar-lhes funções na comunicação com os outros, são recursos para dar sentido às ações com o intuito de se pensar e pensar em um ordenamento do mundo social. (CANCLINE, 1995).

Nesta pesquisa, trabalha-se por um viés antropológico, considerando os aspectos simbólicos do consumo e sua influência sobre as formas de pensar e agir dos consumidores em uma sociedade industrial, o que, no mínimo, representa um desafio, uma vez que predomina a versão de uma racionalidade econômica como resposta para a mobilização dos



consumidores adquirirem mercadorias. Contudo, acredita-se que tal resposta é apenas uma das faces para se explicar o exercício da atividade consumidora e sua relação com os consumidores.

Tentar-se-á, de fato, interpretar o consumo por outro itinerário, percebendo-o como um fio constitutivo de uma teia de significados culturais, que tanto serve para analisar sociedades, com sistemas econômicos complexos, como também compreender as formas de consumo em grupos sociais onde não há comércio monetário, isto porque as mercadorias podem sobrepujar o valor econômico e comercial dando espaço a valores identitários, comunicativos e correlativos, apreendidos por uma simbologia extraída dos produtos que fazem os consumidores se pensarem e pensarem o seu universo social. Seguindo este mesmo raciocínio, Certeau (1993) afirma que, para além da perspectiva que estabelece quadros estatísticos sobre bens de consumo, os produtos podem ser formas de perceber operações individuais com os quais os consumidores procedem a ações subjetivas com os artigos que consomem. Para ele, consumir não se trata apenas de absorção, recebimento e pagamento, mas este ato implica uma relação de interação, modificação e de re-elaboração entre os bens consumidos e os usuários.

Sobre esta re-elaboração, este trabalho considera que os consumidores utilizam-se da prática da bricolagem, que esmiuçada consiste em uma ação retrospectiva, fazendo uso de um conjunto já constituído de utensílios e materiais para, a partir de então, fazer um inventário, selecionando, analisando e experimentando as possíveis respostas para uma situação dada (LÉVI-STRAUSS, 2002).

Assim, os consumidores têm à sua disposição uma série de produtos que lhe são ofertados pelo mercado, mas esta matéria-prima, antes de ser adquirida, é cuidadosamente estudada, considerada para, depois, ser obtida. E o sentido que o usuário dá à sua mercadoria,

não passa, necessariamente, pela idéia primeira do seu engenheiro quando confeccionou, originariamente, o produto. Ou seja, os produtos são lançados no mercado com um determinado objetivo, mas nem sempre são considerados e pensados pelos consumidores como a indústria capitalista. Tenta-se, nesta pesquisa, visualizar o consumidor neste momento como artesão, que se utiliza da bricolagem para realizar inúmeras metamorfoses nas leis da cultura do consumo dominante, acabando por subvertê-las e transformá-las segundo seus próprios interesses, suas próprias regras. Portanto, não é em vão que Certeau (1993) afirma que “o cotidiano se inventa com mil maneiras de caças não autorizadas”.

Por esta razão, além de serem úteis para expansão do mercado e para reprodução da força de trabalho, os produtos servem para distinguir as pessoas entre as demais e fazê-las se comunicarem entre si. O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados. O desejo de possuir o novo é o desejo de se identificar (CANCLINE, 1995).

Foi esta perspectiva que indicou a experiência realizada em uma população de baixa renda no agreste paraibano. De acordo com os depoimentos coletados percebe-se que o consumo, para esta localidade, ultrapassa as noções economicistas e de passividade designadas por um ideário preconceituoso. Pelo contrário, o sentido que caracteriza a ação do consumo se toma, para eles, um dispositivo através do qual cartografam um tipo de organização social baseada na identificação, na diferenciação de identidade, de comunicação e de *status*.

Dona Graça, casada, 35 anos e mãe de dois filhos, informa, com um certo orgulho, em que o marido trabalha:

- Ele trabalha por conta própria, não é empregado. Mas ele é amarrado, ele tem negócio na Fininvest. É sim, ele ganha bem.

Em seguida, após ser indagada sobre a situação financeira dos seus vizinhos, se era parecida com a dela, respondeu que o pessoal da rua era muito pobre, como uma de suas vizinhas:

- Olhe, a minha vizinha sofre muito, porque ela não tem geladeira, tem gente que nem tem o que comer aqui. Mas lá para baixo têm algumas pessoas que são bem de vida, têm casa com troço, sala, fogão de gás, geladeira e cama. Essa minha vizinha do outro lado tem, na casa dela, geladeira, televisão a cores, fogão de gás, geladeira... Mas já a outra tem que fazer comida e comer logo senão estraga, sem geladeira é muito ruim, não tem água gelada para beber nem pode comprar essas coisas, carne, verdura...

Depois, a informante retomou o assunto de sua casa. Falou que tinha orgulho de tudo que tinha dentro dela, pois a casa era de pobre, sem luxo, mas era tudo dela. Que tinha a intenção de, juntamente com o marido, fazer reformas e comprar uma sala de estar no final do ano, porque era o sonho dela comprar coisas bonitas para o seu lar.

- Vou ficar apertada, mas vou comprar uma salinha a prestação. porque pobre compra tudo a prestação, não é feito a classe média que compra tudo a vista. Todo mundo aqui compra a prestação...é...porque todo mundo é pobre.

Dona Graça define como "bem de vida" a pessoa que possui alguns artigos como geladeira, fogão a gás, televisão em cores, sala de estar etc. Em contrapartida, as pessoas que não possuem esses bens vivem em muita dificuldade e não são iguais a ela. Isto estabelece até um determinado tipo de relacionamento entre dona Graça e seus vizinhos, pois ela tem afinidade e contato – “por coincidência” - com a vizinha que possui os mesmos objetos que

ela, enquanto que com a outra, que não tem geladeira e, às vezes nem tem feira, dona Graça diz não ter quase contato. As informações que tem da vizinha “mais pobre” advém da observação, já que as casas não possuem muros que as dividam umas das outras. Não só as próximas a dela, mas todas as casas da comunidade do local em que mora podem ser analisadas pelo aspecto do consumo, desta forma elas são organizadas e classificadas na concepção de dona Graça: a partir dos bens que cada família detém.

Como descrito acima, a informante - a partir dos objetos que consome - ordena, classifica e hierarquiza as pessoas que fazem parte de sua comunidade. O consumo de bens é uma das formas utilizadas por dona Graça para se comunicar e se relacionar, conceder ou não *status* à sua vizinhança, ou seja, o consumo é um dos mecanismos por meio do qual ela se pensa e pensa o grupo social ao qual pertence.

Existe uma organização na construção de signos de *status* e nas maneiras de comunicá-los a partir do consumo. Nas sociedades contemporâneas, boa parte da racionalidade das relações se constrói – mais do que na luta por meios de produção - na disputa pela apropriação dos meios de distinção simbólica (CANCLINE, 2001).

Desta maneira, percebe-se que o ato de consumir é algo que extrapola a lógica econômica capitalista que prostra os indivíduos e os encoraja a comprar com a intenção de reproduzir as relações sociais de desigualdade iniciadas na produção dos bens. Além disto, os consumidores possuem uma coerência ao consumir, baseada na atitude de inter-relação, identificação e comunicação com os produtos comprados, pois existe um sentido simbólico e subjetivo que rege o ato de consumir.

É sobre esta subjetividade que Lévi-Strauss (2002) afirma:

“(...) todas as plantas e os animais não são conhecidos na medida em que são úteis, mas eles se classificam úteis ou interessantes porque primeiro são conhecidos (...) objetar-se-á que tal ciência não pode ser

muito eficaz no plano prático, mas, precisamente, seu primeiro objetivo não é o de ordem prática. Ele responde a exigências intelectuais antes, ao invés de satisfazer as necessidades".

Neste sentido Sahlins (2003) expressa quê:

“Sem o consumo, o objeto não se completa como um produto: uma casa desocupada não é uma casa. Entretanto, o valor de uso não pode ser compreendido especificamente ao nível natural de necessidades e desejos - precisamente porque os homens não produzem simplesmente habitação e abrigo: eles produzem unidades de tipos definidas. como um uso, um tipo específico de construção habitacional como um tipo específico de lar, representa um processo contínuo de vida social na qual os homens reciprocamente definem os objetos em termos de si mesmo e definem-se em termos de objeto”.

Deste modo, acredita-se que as mercadorias são consideradas, inicialmente, não pelo seu fim útil, mas porque, antes de tudo, são respostas para o intelecto do consumidor. Ou seja, as mercadorias só servem para ser consumidas, porque antes elas servem para ser pensadas.

Se considerar que a coerência dos consumidores, ao obterem seus bens, abarca fatores simbólicos e estéticos, pode-se perceber que há sentido entre os lugares onde membros de um grupo se alimentam, estudam, passam suas férias, naquilo que lêem e desfrutam em códigos sociais de acesso ou de distanciamento, acarretando em estratégias de organização do mundo social.

Toda esta significação dada ao consumo revela-se porque este trabalho aposta na idéia de que as mercadorias são consumidas dentro de uma regularidade que envolve vários fatores econômicos, culturais e simbólicos.

Outra questão que deve ser considerada, e que já foi mencionada anteriormente, é

que nas pesquisas feitas em Ciências Sociais sobre o consumo existe pouca bibliografia que se refira às formas de consumo das classes populares. Partindo desta premissa, tentar-se-á dar ênfase a este tipo de comunidade específica no decorrer deste estudo.

Por tudo isto que foi exposto, uma questão se tornou objeto central deste trabalho: como os moradores de uma área periférica de baixa renda se pensam através dos produtos que consomem?

## **1.2 - Consumo: Um recurso para se pensar.**

A pesquisa trabalhará com alguns conceitos que darão subsídios para a formulação de certas hipóteses. O primeiro deles é o de consumo.

O consumo é percebido aqui como algo que está relacionado à cultura e, por esta razão, através dele é possível constatar como os consumidores se identificam, comunicam-se e ordenam seu mundo social.

Segundo Geertz (1989),

“A cultura deve ser vista como um sistema entrelaçado - de signos interpretáveis, a cultura não é algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos, ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível - isto é, descritos com densidade”.

Como já foi dito anteriormente, o homem está amarrado a este sistema entrelaçado de signos interpretáveis, ele está preso a uma tela de significados e o consumo se constitui em um desses fios que compõe essa grande teia cultural. Ou seja, o consumo é um elemento

da cultura com seus aspectos econômicos, subjetivos e simbólicos.

A concepção de consumo, que é abordada neste trabalho, mais do que nunca está ligada à noção de cultura subjacente a uma antropologia de aspectos simbólicos.

"Contudo antes que se possa atribuir à cultura uma função externa, como por exemplo, justificar uma ordem arbitrária, convém conhecer os aparelhos de produção simbólica, onde se constituem suas linguagens e representações e por meio das quais ela ganha uma realidade própria. Antes, portanto, de se poder apontar a dissimulação que a cultura opera. é preciso dar conta dos domínios mais ou menos autônomos dos campos simbólicos que ostentam os bens produzidos." (BORDIEU, 2001).

Sendo assim, este estudo tentará levar em consideração o caráter simbólico do consumo, bem como os produtos de consumo propriamente ditos que são produzidos pela cultura. Por entender que os sistemas simbólicos podem expressar - como diz Bourdieu (2001) -, uma organização do mundo social dividido em classes antagônicas, uma que fornece tanto o significado quanto o consenso em relação a este, através de uma lógica de inclusão e exclusão, associação e dissociação, integração e distinção entre os consumidores.

Em uma das entrevistas realizadas, Glória - dona de casa com dois filhos, casada há 23 anos com um vigilante noturno e árbitro de futebol nos finais de semana - respondeu, ao ser perguntada sobre quem era o responsável pelo orçamento da casa:

- Sou eu. Meu marido não entende nada de dinheiro, ele só trabalha e, no final do mês, ele me dá todo o dinheiro (quinhentos e trinta reais). Eu divido assim, dou um dinheirinho para ele toma." uma coisinha no final de semana, separo o dinheiro da feira, porque é mais importante, depois pago água, luz e telefone, dou um troco para os meninos e se sobrar, boto no poupança, porque tenho planos de fazer um sobradinho aí em cima, porque meus meninos gostam de namorar e eu já estou velha, então fica eu e meu marido e meu neta em cima e o parte de baixo fica para os meninos.

Mesmo com a informante falando que a alimentação era o principal, a entrevistadora insiste em perguntar o que era mais importante comprar, para ela, quando o dinheiro do mês chegava.

- É a comida. A comida e as coisas de higiene pessoal. Um sabonete, um perfuminho. Porque, Anna, sem comida ninguém passa. Eu compro de tudo na minha feira, macarrão, arroz, carne, fruta, verdura e umas coisas para o fim de semana e para as visitas. Um doce, um creme de leite, um bolo... e outra coisa é a higiene. Você tem que estar limpinha, cheirosinha para o seu marido... Mas não dá pra comprar perfume do Boticário porque é caro, mas dentro da condição se bota um perfume mais barato que fica cheirosinha do mesmo jeito. Porque, Anna, você só pode comprar o que pode. Aqui nessa rua o povo vive o luxo e morre o bucho, porque se você não tem condições de comprar, não compra. Têm umas meninas lá para baixo que quem vê diz: - Ah! É bem empregada, por causa da roupa. Mas, Anna, não têm nada em casa, não come bem, mas só usa roupa de marca. Essa minha vizinha daí, o marido dela é um senhor, tem aposentadoria, ela tem PETI, bolsa escola, mas às vezes o marido dela chega aqui em casa morrendo de fome e eu quem dou comida a ele. Porque ela só pensa em comprar sandália de quarenta e cinco reais e agora comprou um colchão de trezentos. Eu acho isso errado. Não tem condição e compra para ficar faltando as coisas em casa.

Dona Glória responde porque acha que a vizinha faz isso e qual a reação existente entre ambas:

- Eu acha que ela faz isso pra ser o que não é. O marido dela vem me pedir comida na minha casa escondido dela. Eu não falava com ela, mas de uns tempos para cá é ôi, ôi. A nela dela é que vive aqui em casa brincando com o meu neto.

Para dona Glória, que se considera uma dona de casa exemplar, o principal é a



alimentação (e os pagamentos dos serviços de água, luz e telefone) para manutenção do lar. Ela critica a vizinha por não considerar as despesas na mesma ordem de importância. Isto causa certo problema de comunicação entre as duas. A entrevistada não se identifica com a postura da vizinha, acha seu comportamento feio, e irresponsável. Um dos indícios da pouca comunicação da informante com pessoa tão próxima é o fato de elas não terem a mesma visão de prioridade sobre os bens que consomem.

É neste sentido que ao considerar os melhores bens para serem pensados através do que simbolizam para os consumidores, carregando uma série de valores que tanto servem para identificar ou distinguir, comunicar ou silenciar, o consumo se destaca como um dos aspectos marcantes da identidade grupal, mas se torna visível nos bens: alimentação, moradia, lazer, roupas, adereços, as músicas, tudo indica fortemente a qual grupo determinados indivíduos pertencem.

Douglas e Isherwood (2004) sistematizam bem a relação entre consumo e identidade relacionados à cultura. A teoria desenvolvida por ambos mostra os seres humanos ligados à necessidade, porém eles colocam que existe uma diferença entre comer peixes crus ou *escargot*. Ou seja, a teoria utilitarista não dá conta da quase totalidade das escolhas e dos hábitos de consumo. Ao escolher peixes crus em detrimento do outro alimento, os consumidores estão adquirindo algo que pode identificá-las, assim como uma determinada roupa, casa ou entretenimento. Estes dois pólos, consumo e identidade, estão ligadas a um viés cultural, porque uma das funções mais marcantes do consumo é dar sentido. O consumo nada mais é do que um meio de comunicação não verbal.

A partir dos estudos de Mauss (2003) realizados na polinésia, clãs, tribos e famílias possuem uma atividade de aquisição de bens baseada na lei da reciprocidade, em que não apenas riquezas, móveis e coisas economicamente úteis são "comercializadas", pois nestas

comunidades troca-se tudo: crianças, mulheres, danças, festas, tudo isto dentro de um grande mercado, onde casamentos, alianças e confrontos constituem as formas organizacionais das tribos, que se encontram e mantêm suas relações sociais de enfrentamento e oposição.

O que se pode constatar desta visão de Mauss é que os bens (mercadorias) possuem uma espécie de espírito, um *hau* (mana) que se constitui em um valor simbólico que sobrepuja o valor do próprio produto comercial, econômico ou pecuniário.

Assim, as mercadorias são adquiridas dentro de uma coerência que possui significado para o ator dentro do grupo ao qual pertence, uma vez que estas carregam em si valores vinculados às formas de organização do mundo social e suas relações.

Dona Glória fala sobre o que tem maior orgulho de possuir, algo que ela queria muito e conseguiu adquirir:

- Foi minha batedeira, o meu liquidificador e minha cafeteira. Fiz muito esforço para comprar e são as coisas que tenho mais zelo. Meu marido não entende porque eu gasto dinheiro comprando essas coisas, mas ele não entende não é o valor material, entende? É outra coisa... é outra coisa...

Dona Glória não soube bem explicar o que significava, para ela, os eletrodomésticos que possuía, mas não era apenas o valor material que importava e sim algo mais, um espírito da coisa (o valor simbólico) que esses bens de consumo tinham, pois ela é uma boa dona de casa, uma esposa apaixonada e mãe dedicada (em suas palavras) e esses bens dão sentido ao seu universo doméstico e também a um projeto simbólico de construção do próprio *self*.<sup>3</sup>

Ao entrar na casa da informante esta mostrou, à entrevistadora, sua cozinha e onde

estavam colocados a batedeira, o liquidificador e a cafeteira, em um armário bem alto. Estavam os três ali, bem limpos e arrumados, um ao lado do outro. O móvel parecia um altar e os eletrodomésticos, as imagens adoradas. Ela mostrou, toda orgulhosa, suas aquisições, mas na hora de oferecer o café não usou a cafeteira, mas o fogão.

A entrevistadora pergunta:

-A senhora não usa a cafeteira?

Dona Glória:

- Quase não uso. Acho que, se usei, foi assim que chegou. Aí eu deixo ela guardada.

Entrevistadora:

- Então qual sua utilidade?

Dona Glória:

- Ah, não sei, deixo aí, é... quase não uso.

Dona Glória não usa a sua cafeteira para o fim a que foi destinada pela indústria que a produziu. Ela fez da cafeteira um objeto de adoração, um símbolo não relacionado a uma máquina de preparar café. Isto faz lembrar Lévi-Strauss com sua idéia de bricolagem,

pois a entrevistada utilizou o armário, os eletrodomésticos e uma toalha de crochê para confeccionar um altar que simboliza o lar bem cuidado, a dona de casa exemplar, etc. Ou seja, ela reelaborou elementos que lhe foram dados e construiu um outro objeto com significado próprio para ela, sua família e quem chegar à residência. A informante se pensa através dos produtos que consome. De fato, toda a admiração de dona Glória pelos eletrodomésticos, pelo fogão de seis bocas, condiz com sua conduta, com suas palavras, com sua forma de pensar o mundo. Em sua conversa percebe-se seu ordenamento do mundo. Que o ordenamento da vida dela se faz por meio da comida, material de limpeza, contas de água, escola do neto. Enfim os produtos determinam a sua forma de pensar e significar o mundo a sua volta.

## II

### A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO ESPAÇO

Por intermédio dos significados simbólicos atribuídos aos bens consumidos pelos moradores da rua Bento Figueiredo, procura-se compreender como estes se pensam e como elaboram as suas estratégias de ordenamento e classificação do mundo social.

Para se entender melhor o significado que exprime o consumo dos bens para os moradores, faz-se necessário o resgate das suas trajetórias de vida desde a chegada na rua até os dias atuais.

#### 2.1 A Importância do Lugar

Como já foi exposto, em outras passagens deste trabalho, a rua Bento Figueiredo surgiu a partir da ocupação de uma propriedade privada.

Os atuais moradores da localidade são, em sua grande maioria os "invasores" de quinze anos atrás. Estas pessoas provinham tanto de outros bairros da cidade de Campina Grande como de outras partes do Estado da Paraíba. Os indivíduos que já moravam na cidade habitavam casas alugadas nos bairros de baixa renda e, muitas vezes, tinham de mudar freqüentemente de residência por causa dos preços dos alugueis. As pessoas que vinham de outras partes do Estado eram sertanejos que migravam para Campina Grande (agreste paraibano) no intuito de arranjar trabalho e moradia.

Segundo os próprios relatos dos moradores, invadir e construir suas casas em um terreno aparentemente abandonado significava um novo começo em suas vidas. Era o fim do

aluguel, da seca, das mudanças de residências, ou seja, era o fim da vida itinerante.

Pode-se perceber, nos discursos dos indivíduos sobre a chegada à rua, que a nova mudança de moradia expressava um progresso de vida, porque a área que estava prestes a ser habitada significava um lugar fixo, próprio, onde se poderia construir não só casas, mas famílias, relações sociais e identidades.

Auge (2001) define lugar como sendo o identitário, o relacional e o histórico. É um espaço em si antropológico. Ele afirma, ainda, que a supermodernidade é produtora de espaços denominados não-lugares. Estes, significariam o não-identitário, o não-relacional, o não-histórico. O autor ressalta que:

“existe evidentemente o não-lugar como o lugar: ele nunca, existe de forma pura; lugares se recompõem nele; as 'astúcias' milenares da 'invenção do cotidiano' e 'das artes de fazer' (...)”.

Antes da invasão da rua Bento Figueiredo, os moradores possuíam uma vida inconstante (devido às mudanças de residência ou de cidade) e possuíam muitos problemas de sobrevivência como alimentação, moradia e trabalho. Após a ocupação, o que se pode perceber nas falas dos entrevistados, houve uma maior estabilidade, uma melhor organização, um melhor ordenamento nas vidas daquelas pessoas.

Esta mudança se tomou possível a partir do encontro de um lugar. Neste, os moradores, que antes não tinham uma moradia fixa, encontraram um espaço no qual puderam construir suas casas, suas famílias e procurar empregos.

A invasão da rua significou a construção de um lugar onde se permitiu e se permite, há quinze anos, o estabelecimento do cotidiano, da regularidade, da ordem, da identidade e

das estratégias de vida criadas pelos moradores.

Sendo assim, o novo espaço permitiu aos indivíduos o estabelecimento de uma nova ordem, e esta, uma vez posta, possibilitou a organização de todas as coisas em seus devidos lugares. Pessoas, relações e objetos foram ordenados como uma forma de sinalizar a construção das regras das normas e da identidade de um novo universo social que estava sendo implantado.

Contudo, a rua em construção passou a ser o lugar cujo “conjunto de elementos coexiste dentro de uma certa ordem (...)” (AUGÉ, 2001). E tal ordem pode ser percebida em vários aspectos da vida social como o lazer, o trabalho, as relações entre as pessoas, e inclusive, através do consumo.

## **2.2. Dos Produtos Bons para Serem Consumidos**

Um dos pontos fundamentais para esta pesquisa é perceber quais os produtos considerados importantes para serem consumidos pelos moradores da rua Bento Figueiredo. Por se tratar de uma população de baixa renda, é importante compreender como tal população,

que possui poucos recursos financeiros, consegue trabalhar com a atividade de aquisição de bens.

Um outro ponto que deve ser observado é que todos os bens consumidos pelos moradores não deixam de expressar a organização e a ordem criadas por estes durante o processo de aquisição dos produtos. Os objetos adquiridos revelam como os indivíduos assumem o desejo de comprar a partir da sua trajetória de vida.

Ao entrevistar e visitar as casas dos moradores ficou patente que estes dão muita

importância à beleza de suas casas, ao estilo de se vestir, à alimentação, etc. Isto pode ser visualizado, mais detalhadamente, a partir das descrições feitas das residências de Glória e Verônica.

Já nos últimos meses de pesquisa, dona Glória (42 anos, casada, dois filhos e um neto) resolveu homenagear a entrevistadora com um almoço. Nesta ocasião, foi possível observar não só o discurso por intermédio da entrevista, mas também as ações daquela senhora no interior de seu lar.

A casa da entrevistada é pequena, tem dois quartos, uma sala de estar, uma cozinha, um banheiro, uma varanda e um quintal. Glória, como já demonstrado em outras passagens deste trabalho, considera-se uma boa dona de casa e, por esta razão, ela faz questão de comprar objetos para seu lar e voltar toda sua atenção à casa - fato notado através dos bens presentes no interior desta.

Começando pela varanda, já se tem uma idéia do capricho desta senhora com a decoração. No pequeno terraço existem duas cadeiras tubulares, um pequeno quadro na parede, um vaso de samambaia e um tapete na entrada da porta da sala. Esta porta é de madeira com grades pretas na parte superior. Na sala de estar, de imediato se nota a harmonia das cores, pois o conjunto de sofá vinho combina com o tapete e as almofadas, também com detalhes da cor vinho. Há um grande raque encostado a parede, em oposição ao sofá, que comporta uma televisão em cores, um aparelho de som novo (segundo a proprietária), um videocassete, uma estante de CD's e um telefone fixo. Entre os eletrodomésticos sobre o raque, alternam-se vasos de louça e porta-retratos da família. Ainda na sala, existem quadros com imagem de vasos com plantas, um pequeno carrinho com taças e bebidas e uma grande cortina de renda branca que é divisória entre a sala de estar e a cozinha.

Os quartos da casa localizam-se à esquerda da sala de estar, ambos possuem portas



de madeira com trincos e chaves. O primeiro quarto é o de dona Glória, que possui uma cama de casal, um guarda-roupa com prateleiras que comportam uma TV e um aparelho de som. Há também uma cômoda onde, na parte superior, ficam expostos todos os produtos de beleza, cremes, maquiagem, produtos para cabelo e um ventilador. Glória é negra, gorda e de baixa estatura, ela é muito vaidosa e não abre mão dos seus batons, da sua higiene pessoal e, por isso, sempre traz produtos de beleza nas compras semanais do mercado e, todo mês, faz pedido de batom na revista da Avon. Com tantos móveis no quarto, este acaba ficando pequeno. Mas mesmo tendo que lidar com o pequeno espaço do quarto, dona Glória escolheu a melhor forma de ordenar os móveis e, mais uma vez, seu zelo com a casa fica claro ao se observar cortinas rendadas na janela e as almofadas vinho combinando com a colcha creme de *matelassê* – que geralmente é colocada nos finais de semana e nas ocasiões de festa. No outro dormitório da casa ficam uma cama e um beliche pequenos. Ambos possuem cortinados e as colchas azuis têm desenhos de traves e bolas que formam um campo de futebol. Tais ornamentos possuem essas características por compor um quarto masculino, onde dormem seus filhos e neto, o banheiro fica ao lado da cozinha. Este é composto de piso de cerâmica e azulejos brancos, a pia e o vaso sanitário são de cor "caramelo", o chuveiro é de plástico branco e não é elétrico.

A cozinha, segundo Glória, é à parte da casa que mais gosta. É o maior cômodo da casa. Na cozinha há um fogão de seis bocas, uma geladeira marrom, uma pia com balcão que, na parte inferior, guarda material de limpeza e, na parte superior, tem uma prateleira onde se encontra o filtro de água (de barro) e o liquidificador utilizado com mais frequência.

Na parede oposta ao fogão e à geladeira, está uma grande mesa de madeira sobre a qual, preso à parede, fica um armário onde dona Glória guarda os mantimentos. Ao lado da mesa, encontram-se uma cristaleira com a cafeteira, a batedeira e o liquidificador novos, os

quais não são usados no cotidiano.

No quintal da casa existe um terraço, onde se localiza a lavanderia e o varal, e uma parte de terra, com árvores frutíferas e canil.

No dia 12 de janeiro, a convidada, como o combinado, chegou para o almoço e não encontrou a dona da casa. Glória tinha ido ao mercadinho, que ficava perto de sua rua. Os filhos estavam arrumando a residência e o marido consertava uma bicicleta na frente da casa. Ofereceram café e água à visitante.

Quando dona Glória chegou, cumprimentou e foi logo perguntando:

- Você notou que eu pintei minha casa? Ela não tá bonita?

O primeiro contato entre a pesquisadora e a entrevistada foi em setembro de 2004. Ao reencontrá-la, em janeiro de 2005, ela havia pintado sua casa para as festas de fim de ano e fez questão de perguntar se havia percebido a mudança de cores.

Esta preocupação em melhorar o aspecto da casa é uma constante no comportamento de Glória; para ela é importante ter objetos (eletrodomésticos, móveis e artigos de decoração) para compor seu lar. Não é à toa que mostra tudo o que compra para toda rua; algumas pessoas consideram esnobe. Como relata a moradora Renata, de 17 anos:

- É muito feio ficar mostrando a todo mundo o que tem em casa. Se compra um coisa, sai falando de porta em porta.

Mas, para dona Glória, comprar objetos para sua casa, e mostrá-los à vizinhança, é

motivo de orgulho:

- Eu não ligo, não. O povo fica falando que eu sou besta, que quero ser a mais rica da rua. Mas eu não ligo, não.

Quando indagada sobre o que ela considerava mais importante ser comprado, respondeu:

- É a comida. Sabe porquê? Eu passei muita fome quando era criança. Minha mãe tinha uma quitanda, mas não sabia negociar e acabou perdendo muito. Eu e meus irmãos passamos fome e isso eu não quero passar mais na minha vida. A gente morava em um quartinho, que a saída para a rua era o beco. Foi um tempo ruim. Por isso que hoje, na minha casa, se come bem. O mais; importante é a comida e a higiene.

Enquanto Glória e a nora preparavam o almoço. Conversaram com a pesquisadora sobre o cotidiano de sua família. A dona da casa, o tempo todo, frisava para que a convidada não se importasse com a casa de pobre e a comida também. Mas, ao mesmo tempo, ela abria a porta do armário de mantimentos e mostrava a sua feira. Com orgulho, ela apontava as latas de leite condensado, creme de leite e farinha de trigo, coisas que havia comprado para o aniversário de vinte anos de seu filho.

O almoço foi servido e, mais uma vez, dona Glória ressaltou que a comida era de pessoas pobres, que o sábado era um dia de faxina em sua casa e que, por esta razão, estava tudo atrasado, inclusive o almoço. Ela pediu desculpas por não ter preparado nada melhor. Mas o almoço estava completo: arroz, feijão, farofa, salada, purê de batatas, macarronada, frango assado e suco. Ou seja, embora dona Glória, o tempo todo, reforçasse a idéia de que não tivesse tido tempo de preparar a comida (por causa da faxina e das compras no

mercadinho), ela preparou um verdadeiro banquete. E isto se confirmou ao término do almoço, contrariando todo o seu discurso até então.

Ela perguntou:

- E aí? Gostou do almoço? Não! Não fale alto, porque não é para os vizinhos saberem que na minha casa tem comida, tem fartura, que a gente passa bem.

Dona Glória passou por várias dificuldades na infância. Teve problemas com moradia, com alimentação e falta de dinheiro. Quando casou sua vida financeira não melhorou. Ela trabalhava como cozinheira e o marido como vigilante. O casal morava em uma casa alugada e depois que o primeiro filho nasceu, a dona da casa parou de trabalhar. Nesta época, as coisas ficaram mais difíceis financeiramente, segundo ela, com um filho para criar, despesas de aluguel, água e luz. Essa situação culminou na invasão do terreno na rua Bento Figueiredo.

- Quando cheguei aqui não tinha luz, nem água, não tinha nada. Vim para cá, subi a casa com pedaço de madeira e o chão era na terra mesmo. Mas era minha, não tinha mais que pagar aluguel. E assim foi, depois botei luz, botei água, fiz as paredes de tijolo e fui construindo. Mas quando vim morar aqui, no inverno, era tudo lama pura. Depois tudo foi se ajeitando... meu marido parou de beber, parou de andar com rapariga. Porque, Anna, eu sofri, eu sofri com o meu marido. Mas, graças a Deus, hoje ele não deixa faltar nada. Ele ganha quinhentos e trinta reais como vigilante e ainda tem os trocados quando ele apita um jogo e ele dá tudo na minha mão. Porque ele não sabe mexer com dinheiro. Tem mulher aqui que o marido não dá um real, como o marido de Verônica (vizinha que mora três casas depois da residência de dona Glória), mas o meu não, ele bota todo o dinheiro na minha mão. E aí eu faço tudo, faço feira, pago as contas, compro

coisas pra casa...

Para Glória, os produtos importantes a serem comprados obedecem a uma ordem de prioridades: a alimentação vem em primeiro lugar. Esta dona de casa não pode deixar faltar comida em seu armário da cozinha e a alimentação, para ela, é tão importante para o dia-a-dia como para as datas festivas.

Quando se fala em alimentação. Glória tanto abre o seu armário e sua geladeira, para mostrar seus mantimentos, como também abre seus álbuns de fotografias. Nestes estão registradas todas as festas que ela realizou desde o seu casamento. Ela faz questão de tirar fotos das mesas das comemorações que mostram grandes tortas decoradas de acordo com o tema da festa. No aniversário de um ano do neto, ela mesma decorou um bolo com cara de palhaço; na comemoração do marido fez uma torta com o escudo do São Paulo Futebol Clube (já que em sua casa todos são torcedores deste time) e em uma outra festa para o filho fez um bolo em forma de campo de futebol. Essas tortas estavam sempre acompanhadas de doces, pastéis e balas. Dona Glória sempre chama para suas festas amigos, parentes e vizinhos. Ou seja, para ela é importante alimentar-se bem, mas não porque comer é um aspecto da sobrevivência humana, e sim porque, para a entrevistada, que passou por tantas privações alimentícias quando criança, a comida assume um valor simbólico de fartura e prosperidade. E isto se expressa através do seu discurso:

- Adoro comer bem e quero que minha família também coma bem. Se eu tivesse muito dinheiro, meu sonho era contratar uma cozinheira para fazer muita comida gostosa.

Além da alimentação, Glória, como boa dona de casa que é, compra muitos eletrodomésticos para seu lar. Para ela também é importante fazer de sua casa um lar confortável.

Mas não só os interesses e desejos da dona da casa se transformam em bens na sua residência. Muitos objetos que foram comprados na casa também têm influência do interesse dos outros membros da família.

Por causa dos dois filhos (jovens de 20 e 23 anos), dona Glória, que administra o dinheiro da família, comprou um aparelho de som muito moderno, com carrossel de CD's, toca fitas e rádio AM e FM. Em sua casa há CD's de pagode, forró e *hip-hop*, pois com a mesada e dinheiro dos bicos que fazem, os jovens freqüentemente compram CD's.

Em uma das conversas com o filho mais novo, ele disse:

- Eu compro CD 's piratas... é muito mais barato e toca do mesmo jeito. Não sei se você gosta, mas escuto muito pagode e forró.

Os filhos de dona Glória gostam muito de música. No dia do almoço especial, enquanto limpavam a casa esperando a mãe chegar das compras, os meninos lustravam os móveis e varriam o chão cantarolando as músicas em voz alta e com muita alegria.

Roupas e perfumes também são artigos importantes para serem consumidos. Dona Glória afirma que, para si e o marido, uma roupa para sair, para ir a uma festa é suficiente. Mas para os filhos, que gostam de sair para passeios e festas, ela compra mais roupas. Duas vezes por ano vai à Santa Cruz do Capibaribe, Estado de Pernambuco, comprar roupas, pois lá

é mais barato e vendem no atacado. Os perfumes de melhor marca ela também compra rara os filhos.

A história de dona Glória revela que, antes de morar na rua Bento Figueiredo, passou por muitas dificuldades de sobrevivência, tanto na infância e na adolescência como no início do seu casamento. Após a sua chegada à rua, a entrevistada começou a construir sua casa e reconstruir sua família.

Como ela mesma afirmou, não tinha água, nem luz quando invadiu o terreno, mas tinha consciência de que o barraco de madeira que construiu primeiramente era o seu lugar e dali em diante iria fazer daquele espaço o seu lar.

A entrevistada explicou que, aos poucos, comprou tijolos, cimento, ripas, telhas e, juntamente com o marido, construiu a casa de alvenaria. Paralelamente à edificação da residência, o marido de dona Glória conseguiu um emprego fixo e se tomou um esposo e um pai mais atento à família.

Com o emprego fixo do marido, a família pode contar com uma estabilidade financeira maior e a entrevistada passou a ser a administradora do orçamento da casa. Não é à toa que a dona de casa estabelece uma ordem de prioridades na compra dos bens de consumo. As escolhas feitas por ela se identificam e representam a sua trajetória de vida.

A importância dada aos bens alimentícios e à higiene demonstra uma nova ordem, uma nova organização na vida familiar de dona Glória.

Através dos produtos consumidos ela constitui um melhor lugar para viver, onde todos bens adquiridos assumem uma ordem em um determinado espaço e este ordenamento simboliza uma melhora de vida.

As festas de aniversários com tortas, doces e balas; o almoço especial para as visitas e a "faxina do sábado" com desinfetantes, lustra móveis e detergentes se configuram

como ritos de ordem que valorizam a lugar e as relações sociais da entrevistada. Os bens, nesse caso, estão sendo utilizados com o intuito significar algo muito maior do que sua simples aquisição, eles estão exprimindo quem deve participar das festas, que tipo de pessoas pode frequentar a residência e quais os cuidados que devem ser tomados com o lugar em que se habita.

Segundo Douglas (2004),

"os bens são acessórios rituais: o consumo é um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos", "e neste ritual construímos nossas cercas e pontes com as quais damos concretude e sentido ao mundo que nos cercas" (ROCHA, 2004).

Por tudo que foi descrito pode-se notar que na casa de dona Glória existe uma prioridade na compra dos objetos e, mais do que isto, tais objetos não são escolhidos aleatoriamente. A alimentação e o investimento no conforto do lar são aspectos importantíssimos. Eletrodomésticos, mesa, sofá, quadros, colchas de cama, etc., assumem valores simbólicos significativos para os membros da família, bem como o interesse pelas roupas e os cosméticos. Toda essa aquisição de bens sinaliza um grande interesse pelas questões de estética e estilo destas pessoas que, apesar dos poucos recursos financeiros, fazem suas escolhas de consumo baseadas em seu bem estar e nos seus desejos.

Seguindo esta mesma perspectiva, a entrevistada Verônica – 27 anos, casada e mãe de três filhos - que é revendedora dos cosméticos da Natura e do Boticário e moradora da rua Bento Figueiredo há quinze anos, expressa com clareza os produtos mais importantes a serem consumidos por sua família.

Dona Verônica foi entrevistada em outubro de 2004. Seu marido é mecânico e ganha por semana. Segundo ela, a renda mensal dele é de aproximadamente um salário



mínimo. Verônica conta que toma conta da casa e dos filhos enquanto o marido trabalha, mas escolhe algumas tardes da semana para fazer pagamentos como água, luz, crediários e também aproveita para vender cosméticos.

A entrevistada disse que é o marido quem administra o orçamento da casa. Ele é quem divide o dinheiro para o gás, a água, a luz, a feira e a compra de outros produtos. O dinheiro que Verônica recebe, ajuda na compra de roupas e sapatos para o casal e para os filhos.

A casa de Verônica é pequena; na entrada há uma placa anunciando que está a venda. A residência tem, em sua entrada, um terraço com grades pretas e duas cadeiras de plástico brancas. Na sala há um sofá e uma televisão; seguindo na mesma direção encontra-se a cozinha com um fogão de quatro bocas marrom, uma geladeira vermelha, um armário onde se guardam as panelas e os alimentos, uma mesa com quatro cadeiras e uma pia de pratos com um balcão onde, na parte de baixo, se guarda material de limpeza. Na casa só há um quarto, onde dormem todos os membros da família, este é composto por uma cama de casal, uma cama beliche e um guarda-roupa. Não existem portas entre os cômodos. O banheiro, assim como toda a casa, é de piso cimentado; o vaso sanitário e a pia de rosto são de louça branca e o chuveiro é de plástico branco. No quintal tem a lavanderia e muitas árvores, Dona Verônica mostrou seu lar rapidamente e chamou a pesquisadora para conversar no terraço. Ela é uma moça jovem, magra e de cabelos curtos; está casada há seis anos com um rapaz da rua - aliás ambos são moradores antigos do lugar, chegaram ainda crianças com seus pais.

Verônica é vizinha da sua mãe e seus sogros moram quinze casas depois da sua. Ela contava doze anos quando os seus pais invadiram o terreno e construíram uma casa. Até hoje sua mãe e suas irmãs moram na mesma residência. A dona de casa afirma não gostar de morar na rua, pois acha as pessoas muito fofoqueiras, ela só tem amizade com sua família. Afirma

que detesta o vizinho do lado direito, porque ele não mora na casa, apenas a usa como depósito de entulho, uma vez que a profissão dele é catador de lixo.

- Este vizinho mesmo, ele não mora aí, ele vem apenas jogar lixo, que cata, na casa. É muito ruim, porque cria bicho, rato, barata e vem tudo aqui pra casa e, no final de semana, ele vem escutar música alta. É por isso, que eu não gosto daqui.

Verônica disse que, se pudesse, mudaria para outro lugar. Isto justifica a placa anunciando que a casa estava à venda. Mas ela ainda garante que não tem condições de sair da rua, afirma que o que ela e o marido ganham mal dá para as despesas mensais e que o seu maior sonho é mudar para uma casa maior.

- Se eu tivesse muito, muito dinheiro, meu sonho era comprar uma casa com dois quartos, uma sala grande, um banheiro e a cozinha. Porque aqui é muito ruim, quando chega o inverno, toda a lama do quintal entra casa adentro. Olhe é um sofrimento.

O marido de Verônica é quem administra o orçamento da casa. Segundo ela, a primeira coisa que ele compra é o botijão de gás.

- O que a gente separa primeiro é o dinheiro do gás, porque é muito ruim fogão a lenha. Na casa da minha mãe, aí do lado, até hoje é fogão a lenha. Eu nunca gostei, tem que abanar, pegar pau, eu não gosto. Então, primeiro é o dinheiro do gás, depois vem a comida, a alimentação. No sábado, quando meu marido recebe, ele vai no mercadinho aqui do bairro e traz a feira. É feijão, arroz, fruta, verdura, sabão, leite e depois vai comprando o que vai faltando... é um café, um frango...

A entrevistada disse que sua infância foi difícil, que seus pais invadiram há quinze anos o terreno porque não tinham onde morar, que ela e seus irmãos estudaram em colégio do município e que nunca seus pais tiveram condições financeiras de comprar roupas e sapatos para eles, que sempre vestiam roupas usadas e iam para escola de sandália japonesa. A alimentação era precária e, até hoje, as condições financeiras da sua mãe não mudaram muito.

Talvez por esta razão, dona Verônica dê tanta ênfase ao assunto relativo ao colégio onde seu filho estuda (particular no próprio bairro) e às roupas e sapatos que sempre está comprando para os três filhos.

Sobre o que lhe dava mais prazer em comprar, ela disse:

- Sapatos para meu é filhos é o que tenho mania de comprar. Todo mundo diz que é uma doença. Mas eu compro, mal termino de pagar uma prestação de um sapato já compro outro. Ontem mesmo fui pagar a última prestação de uma sandália e já queria comprar a nova sandália da Xuxa que vi na televisão. Só não comprei porque ainda não tinha chegado. O meu dinheiro, é para comprar essas coisas. O meu dinheiro que eu tiro das vendas é para roupas e sapatos para os meninos. Eu não tiro um perfume que eu vendo, porque eles são caros e a comissão já é pouca. Se eu tiro um perfume para mim eu não lucro nada. Para mim e para o meu marido é pouco, mas gosto de sair com meus filhos arrumados e o resto boto no banco. É para uma emergência, remédio para as crianças.

Verônica terminou a entrevista reclamando da sua condição financeira, disse que o dinheiro do mês quase não sobrava e que queria comprar uma máquina de lavar roupas, porque não gostava de lavar as peças do vestuário na lavanderia. Disse que estava tentando se informar sobre uma promoção da SAELP A (Serviço de Abastecimento de Energia Elétrica da Paraíba), que estava fazendo um sorteio de máquinas de lavar roupas para quem estivesse em

dia com o pagamento de energia elétrica.

- Eu estou em dia com os pagamentos de luz e eu que,"o saber como a gente faz pra participar do sorteio. Era o que eu queria comprar.

Dentro das suas condições financeiras, a entrevistada e seu marido dividem a administração dos bens e serviços que utilizam em sua casa e em seu dia-a-dia. Cabe ao marido de Verônica o gerenciamento e a manutenção dos serviços públicos e particulares, bem como a compra dos produtos alimentícios do lar; e a ela comporta a compra de vestuário e os investimentos na poupança.

O que se pode observar da entrevista de Verônica é que ela cresceu na rua Bento Figueiredo, a sua história se confunde com a do lugar onde passou a maior parte da sua vida. A entrevistada conhece todos os moradores da rua e eles também a conhecem, conseqüentemente todos sabem da sua vida, sabem da sua condição financeira, conhecem seu marido, seus filhos, suas irmãs e isto a incomoda. Quanto às conversas, às reflexões feitas, pela vizinhança, sobre a vida de Verônica, só reforçam o quanto esta faz parte do lugar em que mora.

Estas "fofocas" sobre a vida da vendedora de cosméticos, a presença dos parentes muito próximos dela, dos seus filhos e do marido cooperaram para o seu desejo de mudar de residência. Mas o motivo maior que a impulsiona a deixar a rua é o vizinho que, segundo suas palavras, não pertence ao lugar em que ela mora. Ele apenas utiliza a casa para depositar lixo, sua residência fica no bairro do Araxá.

Este vizinho que não pertence ao lugar e tem o hábito de escutar música alta em

horários impróprios (à noite), que não se preocupa com a higiene de sua casa, é a negação das normas e da ordem de convivência seguida pelos moradores da rua e, por isso, Verônica tem mais um motivo para querer sair da localidade. Ou seja, o que mais a insufla no sentido de mudar de bairro é um vizinho que não faz parte da rua Bento Figueiredo.

Relevante é notar que o fato da moradora querer mudar de casa, não significa que ela queira ou tenha mudado os valores que adquiriu no lugar em que cresceu. Ao contrário, Verônica vai continuar valorizando tudo que já considerava importante para a sua vida, o casamento, os filhos, a vontade de ter um lar mais confortável, a venda dos seus cosméticos e o consumo dos bens que mais deseja.

Isto se deve à forte influência da rua Bento Figueiredo, onde Verônica adquiriu as suas noções de família, de trabalho, de identidade que está sempre se construindo, enfim, onde ela adquiriu os seus valores culturais.

Se Verônica mudar para outro bairro, ela vai continuar carregando as mesmas noções de consumo, de organização, de ordem e de lugar que já possuía. Ela, certamente, vai achar melhor ter um fogão a gás do que a lenha, vai continuar pagando a escola particular para os seus filhos e comprando muitos sapatos.

Neste sentido, Douglas (2004) mostra que:

"Os bens são investidos de valores socialmente utilizados para expressar categorias e princípios, cultivar ideais, fixar e sustentar estilos de vida, enfrentar mudanças ou criar permanências".

A preocupação com o estilo dos sapatos, o desejo de uma moradia melhor e mais confortável e a educação dos filhos mostram uma grande articulação desses moradores da rua Bento Figueiredo no julgamento estético e identitário das escolhas de consumo e também sinaliza para uma expectativa de melhor qualidade de vida.

Sendo assim, tanto a moradora Glória como a moradora Verônica demonstram uma

grande preocupação na aquisição de bens de consumo para elas e para seus familiares. Embora sejam pessoas que possuam uma renda financeira baixa, elas não consomem produtos aleatoriamente. Estes são bons para serem consumidos por uma série de aspectos que envolvem história de vida, fatores econômicos, status, identidade, distinção social, etc. Ou seja, os produtos bons para serem consumidos são aqueles que, simbolicamente, fazem sentido para o consumidor.

### **2-3. Estética, limpeza e Ordem.**

Nas falas dos moradores, as preocupações com o material de limpeza, com os cosméticos e os perfumes são notórias. Uma das primeiras pessoas que falou sobre a importância da assepsia foi dona Glória; para ela, higiene é algo fundamental. Mas a higiene não só do lar, a limpeza corporal também é de grande importância.

Dona Clarisse, fala sobre o que não pode faltar, de modo algum; em suas compras mensais.

- Creme de cabelo, porque meu cabelo é assim cacheadinho e se eu não comprar o creme nem pentear ele penteia.

Dona Clarisse é casada, dona de casa, 35 anos e tem um filho.

Atualmente, a única pessoa que tem renda mensal fixa em sua casa é o filho de dezoito anos. Ele trabalha tirando fotocópias na Universidade Federal da Paraíba. O marido de dona Clarisse é pedreiro e faz "bicos" para ajudar no orçamento do lar.

A entrevistada (morena de, aproximadamente, um metro e setenta) diz ser vaidosa,

mas a pessoa mais preocupada com a aparência em sua casa, segundo ela, é seu filho.

- É porque ele é rapaz, gosta de andar arrumada. Ele ganha o dinheiro dele, ajuda em casa, mas compra o que ele gosta. A gente leva uma vida difícil, porque meu marido não está trabalhando direto e todo bico que ele faz é para as contas de casa.

Clarisse mora na rua Bento Figueiredo desde a invasão; antes de mudar para o bairro do Monte Santo, morava no bairro do Jeremias com seus pais. Quando casou, ela e seu marido decidiram invadir um terreno na supracitada rua.

- Meu marido é pedreiro, os anos foram passando e ele foi construindo a casa. Quando ele ia trabalhar, o material que sobrava das casas, ele trazia para aqui e assim ele ia construindo... é piso, parede, fez banheiro, colocou cerâmica, mas agora sem trabalho o que ganha é só para feira, água, gás. Mas só de não pagar alugue já é uma graça.

Dona Clarisse, se ela tivesse condições financeiras o que ela gostaria de comprar:

- Roupas, coisas de cabelo, brincos... Eu adoro comprar, comprar é bom, mas o dinheiro não dá.

A entrevistadora, então, indaga que tipos de coisas para cabelos eram essas que ela gostaria muito de comprar e onde ela via tais roupas, brincos e "coisas para cabelos",

- Ai, é cremes, xampus, condicionador, essas coisas. Eu tenho cuidado com o meu cabelo, quando vejo que está acabando o creme, eu já vou logo comprando outro. É minha mania. Eu vejo essas coisas de roupas, cremes, na televisão, nas lojas, no supermercado, nas pessoas.

Mas por que dona Clarisse se preocupa tanto com a aparência do cabelo?

- É porque sem creme ele fica feio, sem jeito, com creme ele se arruma, fica ajeitado, cheiroso, limpo. É por isso que, mal acaba um já compro outra.

A entrevistada mostra muita preocupação com os produtos de beleza para tratamento do cabelo. Tais produtos, para ela, significam a limpeza e a boa aparência, mas não é apenas com a higiene e a estética corporal que a entrevistada se preocupa. É possível perceber, ao entrar em sua residência, que a importância com a assepsia do lar também tinha um lugar de destaque, pois a sala e a cozinha, lugares em que a pesquisadora foi convidada a entrar, estavam muito limpos e estes espaços tinham um odor floral, resultante de algum produto de limpeza para pisos.

Portanto, seja através de cremes para cabelos, seja mostrando a importância que o filho dá aos perfumes, à boa aparência, seja a atenção à assepsia da casa, dona Clarisse demonstra que o consumo de produtos de higiene corporal e de limpeza do lar é uma constante nas compras domésticas.

Neste sentido, a importância com asseio e estética ,demonstrada a partir dos produtos consumidos, também pode ser visualizadas por intermédio dos discursos mostrados por outras moradoras.

Dona Rosimeire tem 38 anos, é vigilante de cemitério e casada.



Tem uma neta e dois filhos - um rapaz de vinte anos e uma moça de dezessete. Atualmente é a única que tem renda fixa em sua residência, aproximadamente um salário mínimo. Sobre o que mais tem vontade de comprar, a geladeira é seu maior sonho:

- É o que tenho maior vontade de comprar, uma geladeira nova. Mas o dinheiro não dá para comprar. É que com a geladeira a comida não estraga e não fede e é chato ficar pedindo pra os vizinhos colocarem água e comida na geladeira deles. Eles não reclamam, mas é chato ficar pedindo.

O que Rosimeire não esqueceu, de forma alguma, de comprar em suas despesas mensais:

- É o meu perfume, todo mês eu compro. Eu gosto, não deixo de comprar. Eu não sei dizer porque eu gosto, acho que é porque eu fico cheirosa... É, acho que é isso.

Este mesmo discurso de dona Rosimeire coincide com o de outra moradora da rua, dona Maria, viúva, 47 anos, três filhos e três netos.

A entrevistada mora na rua desde a invasão, e conta que ocupou o terreno, onde atualmente está o seu lar, porque não tinha mais como pagar aluguel. Então, ela e o marido construíram a casa em que até hoje habita com seus filhos. Sua renda familiar, aproximadamente dois salários mínimos, é a soma da pensão que recebe do marido, já falecido, e do salário de sua filha mais velha, que trabalha como comerciária.

Maria afirma que tem muitos sonhos de consumo, ela gostaria de construir um banheiro melhor para a sua casa e comprar uma geladeira nova, pois a que possui em casa está

muito velha e sempre com defeitos.

- Eu já realizei um sonho, comprei minha televisão, faz doze anos, mas ela tá aí, agora eu queria comprar uma geladeira nova, porque aqui tem criança pequena, tem leite que não pode estragar, mas o dinheiro da gente é pouco. Minha filha trabalha, faz feira, compra leite, remédio pros filhos dela, roupa pra eles... é muita despesa. Não dá, não dá.

Mais uma vez ao ser questionada a entrevistada fala do que mais gosta de comprar durante o mês:

- É o meu perfume Toque do Amor, da Avon. Isso eu não abro mão.

A entrevistadora insiste no porquê de dona Maria gostar muito de consumir tal perfume.

- Porque é muito feio andar suado, com cheiro de suor, é sujo, é muito feio. Eu gosto porque me sinto bem, umas pessoas chegam perto e não sentem cheiro mim. A minha filha também gosta, mas ela compra aqueles caros da Boticário, mas para mim ela compra Toque do Amor e, para casa, ela compra uma colônia grande. Mas todo mês ela compra e me dá o meu perfume.

Através das falas de Clarisse, Rosimeire e Maria, pode-se notar uma similaridade nas preferências de alguns bens de consumo e de como estes são considerados.

É importante perceber que, para estas moradoras, não existe a distinção entre produtos de limpeza e produtos estéticos.

Para Dona Clarisse, o creme de cabelo tanto limpa quanto embeleza, dá uma boa aparência às madeixas. Já para dona Maria, o perfume tanto elimina o suor, o mau cheiro, como deixa uma pessoa com aspecto de limpeza, com uma aparência melhor. Mas a não-distinção entre artigos de limpeza e artigos de uso estético não se restringe apenas ao corpo, mas o espaço da casa é igualmente pensado desta forma.

Quando as entrevistadas mencionam a necessidade de ler uma geladeira nova, elas sempre destacam a importância desta na conservação dos alimentos, talvez porque, além deste fim útil e dos inconvenientes com a vizinhança (utilização da geladeira dos vizinhos), os maus odores causados pelas comidas estragadas não sejam encarados como uma conduta higiênica.

Ou seja, cremes, produtos de limpeza, perfumes e eletrodomésticos são vistos, por estes moradores, como produtos que tem uma dupla função: a assepsia e a estética. Esta dupla funcionalidade de alguns bens pode ser explicada pelo conteúdo significativo e valorativo que estes produtos assumem por intermédio das interpretações dos consumidores. De fato, para estas pessoas é como se o creme deixasse o cabelo limpo e bonito, a geladeira conservasse os alimentos e eliminasse os odores indesejáveis e a casa limpa, bem cuidada, fosse mais bonita. O que se torna notório, neste caso, é que os perfumes, cremes, material de limpeza, símbolos dos desejos de compra dos moradores da rua Bento Figueiredo, assumem um significado não só de limpeza, organização e ordenamento da casa e das pessoas, mas também exprimem um significado estético. Ou seja, dizer não à sujeira, aos maus odores, à conservação dos alimentos é dizer não à desorganização, à feiúra, à pobreza. Neste caso, os produtos adquiridos por estes consumidores de baixa renda estão materializando os seus desejos de ordenamento, de organização e progresso social. São estes elementos que mostram os anseios

das pessoas em caracterizar o lugar em que moram.

Outro aspecto, importante de destacar, é que nem todos os moradores da rua sentem uma dupla função dos produtos de higiene e estética com a mesma intensidade. As mulheres e os jovens não fazem a distinção entre produtos de limpeza e produtos estéticos, mas com relação aos homens, pelo que foi observado, o banho e roupa limpa são sinônimos de higiene e já garantem uma boa aparência.

### III

#### SIGNIFICADO DOS BENS

Ao longo deste trabalho tentou-se mostrar como o ato de consumir é mais do que uma perspectiva demonstrada por quadros estatísticos sobre bens de consumo com suas formas de produção, circulação, e funcionamento econômico. Tal ato é também uma forma de perceber o repertório com o qual os consumidores mapeiam suas operações individuais e sociais, ordenando, classificando e identificando o mundo social.

Segundo Cancline (1999), há uma coerência nas escolhas feitas por membros de uma determinada classe social, onde moram, passam as férias, o que preferem comer, ler e ouvir. Isto é percebido pelo significado que cada grupo social atribui aos bens e como tal significado é compartilhado por todos. O conteúdo significativo atribuído aos objetos é um mecanismo que revela vários aspectos da vida social, questões como ordem, identidade e distinção passam pelas escolhas e compras de bens de consumo.

Na rua Bento Figueiredo a aquisição de determinados produtos é muito significativa por mostrar as preferências, os desejos, as vontades dos moradores e, acima disto, os bens são formas de significar afinidades, estilo de vida, *status*, etc.

Ao entrevistar algumas moradores, ficou patente, através dos seus discursos, preocupações muito semelhantes, dentre elas: a boa aparência dos seus filhos no tocante à questão do vestuário.

Tornou-se claro que a compra de roupas, sapatos e adereços pelas mães, para os seus filhos, significava muito mais do que a sintonia com as novidades da moda e o

embelezamento da prole. O interesse e a compra de bens relacionados ao vestuário assumiu muitos outros significados para mães e filhos moradores da rua.

Sobre o acima exposto, algumas falas das entrevistadas podem ilustrar melhor. Moradoras como Glória e Verônica já foram citadas neste trabalho a respeito de sua atenção à questão da compra de vestuário. A primeira, uma vez por ano, viaja até a cidade pernambucana de Santa Cruz do Capibaribe para comprar grandes quantidades de roupas, a baixo custo, para seus filhos e neto; já a segunda, compra roupas e sapatos, frequentemente, para suas crianças.

Mas não só estas duas moradoras demonstraram preocupação com essa questão. É importante frisar que são as mulheres que têm a função de acompanhar com mais rigor a vida dos jovens.

Rita, 45 anos, casada (marido aposentado), utiliza a bolsa-escola das filhas para comprar roupas.

- Eu gosto delas arrumadas para ir à igreja. Tomado banho, arrumadinhas. O dinheiro da bolsa-escola é para elas. Eu compro aqui mesmo no bairro. Tem um armarinho lá do outro lado, elas vão comigo e escolhem as roupas.

A família (três filhas, uma neta, o marido e Dona Rita) vive com um salário mínimo e mais a bolsa-escola, porém esta quantia não garante que todas as despesas da casa sejam liquidadas mensalmente. A entrevistada afirma que tem meses em que falta dinheiro para comprar comida e que sua neta, dos dois anos, nasceu subnutrida devido à má alimentação de sua filha no período de gestação. Dona Rita conta que invadiu o terreno da rua Bento Figueiredo, há quinze anos, porque não tinha onde morar; ela e o marido viviam de favor na

casa de seus pais. Assim como os demais "invasores", no início sua casa era de pedaços de papelão e telha, com o passar do tempo construiu em alvenaria. Mas ela disse que sua condição financeira não é muito melhor do que antes, quando morava com seus pais; - segundo suas palavras, sua infância foi muito pobre, estudou até a primeira série do ensino fundamental e nunca teve oportunidade de ganhar uma roupa ou sapatos de seus pais.

- Eu dou às minhas filhas o que eu não tive. Quero que elas estudem, trabalhem, tenham uma vida melhor que a minha.

Dona Bernadete foi outra que falou sobre a compra de roupas para suas três filhas. Esta senhora tem 51 anos e seu marido morreu assassinado há cinco, quando assaltantes invadiram a empresa em que trabalhava como vigilante. Dona Bernadete recebe uma pensão do INSS e, com esta fonte de renda (quatrocentos reais), sustenta sua família.

Sua filha mais nova está com cinco meses de gravidez e a entrevistada afirmou que dá toda a assistência a ela; reitera que sempre foi sua prioridade dar o melhor, dentro de suas posses, para suas filhas.

Segundo suas palavras, viveu a infância em um sítio na cidade de Taperoá (sertão da Paraíba) e seus pais eram agricultores pobres. Chegou em Campina Grande após o casamento para trabalhar e melhorar as condições de vida.

Bernadete lembrou que, quando pequena, passou por várias dificuldades, relatou que nunca ganhou roupas ou brinquedos e que, juntamente com seus irmãos, passou fome.

Quando perguntada sobre o que suas filhas tinham ou tiveram que ela não teve, ela respondeu:

- Mais conforto. Aqui tem água, luz, transporte, escola, elas têm um quarto para elas e eu compro de tudo, calcinha, sutiã, blusinha, saia, calça... Não falta nada para elas. O dinheiro é pouco, mas não falta nada. Se quer sair, ir a uma festa, roupa tem.

Neste mesmo sentido, Marli, 58 anos, separada e mãe de uma adolescente, afirma que não possui emprego fixo e que quando aparece uma faxina ela se prontifica a fazer, mas este tipo de atividade não tem uma regularidade. Segundo ela, sua renda mensal é de aproximadamente duzentos reais (este valor pode variar dependendo do número de faxinas que ela faz em um mês). É com este dinheiro que ela paga as despesas da casa, dela e de sua filha.

A entrevista de Dona Marli foi concedida no terraço de sua residência (a entrevistada preferiu conversar neste local alegando que o interior da casa estava desorganizado, mas descreveu todos os cômodos do local). Seu lar possui uma sala, um quarto, um terraço, uma cozinha, um banheiro e um quintal. Ela chegou à rua Bento Figueiredo há onze anos, comprou a casa juntamente com seu ex-marido e, quando ela se separou, a residência ficou para ela e sua filha.

No momento em que a entrevista estava sendo realizada, sua filha, de quatorze anos, entrou no terraço e se apresentou; ela estava muito perfumada e bem vestida. Perguntou-se, então, à moradora se em suas despesas mensais ela incluía vestuário. A resposta foi negativa, mas Dona Marli afirmou que dentro de suas possibilidades sempre comprava alguma coisa para a filha.



- Ela é jovem, tem que se vestir como gente da idade dela. Ela sempre me pede, quando sobra dinheiro, vou à Marciel Pinheiro (principal rua de comércio popular em Campina Grande) e compro alguma coisa. Mas é difícil, porque quase nunca sobra dinheiro.

Dona Linda, outra moradora antiga da rua, foi uma das entrevistadas que mais enfatizou essa questão do vestuário para sua filha.

- Eu adoro comprar roupa para ela, todo mês eu compro, não tem um mês que eu não compre uma coisinha. Gosto de comprar blusas, calças, bijuterias... Ai, quem não gosta de comprar?

Linda. é moradora da rua Bento Figueiredo há quinze anos, antes vivia em casa de seus pais. Ela, juntamente com seu companheiro, invadiu o terreno para construção de sua residência. A casa, que no passado era de taipa e papelão, se transformou em outra com primeiro andar, terraço, sala, cozinha, dois quartos, banheiro e quintal. A entrevistada alega que a transformação de sua residência foi motivada por anos de trabalho como lavadeira, passadeira manicure; atualmente vive com uma renda de aproximadamente quinhentos reais. Ela afirma ainda que toda a melhora financeira de sua vida foi conquistada pelo seu próprio esforço, pois o seu companheiro, pai de sua filha, nunca morou com ela e sua participação no pagamento das despesas do lar sempre foi muito pequena. Dona Linda terminou a entrevista dizendo que sua prioridade sempre foi a sua casa e, o objetivo, oferecer uma vida melhor à filha.

O que se pode perceber nos discursos dessas moradoras de baixa renda é que,

dentre tantos objetivos de consumo ofertados pelo mercado, elas elegem, selecionam e classificam os produtos mais importantes a serem comprados. Nos casos específicos da compra de vestuário e calçados para os filhos, podem-se notar as mensagens emitidas.

O que todas essas moradoras têm em comum são as suas histórias que mostram uma infância e uma adolescência de muita pobreza e dificuldades. Algumas moravam em sítios sem nenhuma infra-estrutura (falta de água encanada, luz elétrica, saneamento básico) e outras moravam em bairros muito desorganizados e desprovidos do auxílio dos serviços urbanísticos. Além dessas precárias situações de moradia, essas mulheres vieram de famílias que tinham uma condição financeira muito baixa e, por esta razão, dificilmente tinham acesso a determinados bens de consumo: roupas, sapatos, brinquedos, enfeites, quartos próprios, escola, assistência médica, etc. Talvez seja por isso que as mães da rua Bento Figueiredo valorizem tanto a questão do vestuário; em seus discursos pode-se constatar o desejo delas em que seus filhos se insiram na sociedade, no mercado competitivo e isto é notório através da importância que elas dão à educação, à saúde, ao trabalho, ao vestuário, etc.

Ao falar em roupas, sapatos e adereços, as moradoras afirmam que isto faz com que seus filhos “andem” na moda que a maioria dos jovens atualmente usa: calça jeans, tênis, blusas, bijuterias, entre outros. Mas não só este aspecto reforça a vontade das mães de comprar determinadas roupas para sua prole, há outros significados que vêm junto com os produtos, por exemplo: o desejo das crianças e dos adolescentes terem mais conforto, mais oportunidade de estudar e ter uma condição de vida melhor do que a que seus pais tiveram.

A preocupação com o vestir-se bem imprime uma sensação de cuidado, revela um novo estilo, uma nova postura, não apenas com relação à aparência, mas com relação à vida. Vestir-se bem significa participar da sociedade, da vida urbana, assumir um estilo, uma identidade.

Segundo Rocha (2001) é

“nas relações de consumo que os homens e objetos se olham de frente, se nomeiam e se definem de maneira recíproca. A constante determinação de valores de uso faz de um tipo de produto genérico uma idiossincrasia. Da construção, o lar. Da roupa, a identidade. Da comida, a refeição. Um processo social permanente de seres humanos definindo-se num espelho de objetos e a estes num espelho de homens”.

Na relação recíproca entre bens e consumidores, o que se verifica é um trânsito de significados, de simbologias e de códigos sociais, pois a venda, a compra e a troca dos objetos não se dão de forma neutra, mas intencional, seletiva e classificatória. Os produtos, antes de serem adquiridos, têm que ser significativos para o intelecto do consumidor, uma vez que este sabe que ao vestir um tipo de roupa, morar em uma determinada casa ou comer alimentos, está emitindo para as demais pessoas códigos de identificação ou distinção. O consumidor, ao adquirir bens específicos, está demarcando o seu lugar social e mapeando o dos outros -ao seu redor. De fato, todo o esforço deste consiste em escolher e refletir sobre produtos a serem consumidos, justamente porque tais bens são dotados de mensagens que ordenam o mundo social. Sendo assim, antes de satisfazer as necessidades práticas, os produtos de consumo atendem, primeiramente, às exigências intelectuais. Pois como mostra Lévi-Strauss (2001), neste caso “(...) o universo é objeto de pensamento, pelo menos como meio de satisfazer as necessidades”.

As observações feitas na rua Bento Figueiredo mostram que seus moradores estão significando, por intermédio dos produtos de consumo, suas preferências, seu estilo de vida, sua identidade.

### **3.1 Consumo Identidade**

A criatividade e a forma de significar os bens é uma maneira de perceber como os consumidores, apesar de estarem inseridos em uma cultura dominante do consumo, são astutos e utilizam-se de estratégias<sup>6</sup> para a operação de aquisição de bens. Tais estratégias se pautam na necessidade das pessoas em dotar de significado os produtos que adquirem e estes, por sua vez, estabelecem uma série de aspectos que refletem e situam os indivíduos no mundo social.

Ao adquirir bens, os consumidores estão sinalizando suas preferências, seus desejos não só para eles, mas também para os outros. Ou seja, é por esta razão que os produtos consumidos não atendem apenas às vontades individuais, mas atendem, acima de tudo, às expectativas sociais.

No ato do consumo há um pano de fundo que, de fato, revela toda a importância desta atividade. Comprar um bem pode significar não só bem-estar, mas afinidades, divergências, interações, associações entre os consumidores.

Os moradores da Bento Figueiredo ilustram bem isto. A necessidade destes em se apropriar de um lugar, construir uma família, zelar por seu lar, sociabilizar-se com a vizinhança, mostra o interesse pelo ordenamento do mundo social em que se faz mister a inclusão de elementos como a comunicação, a sociabilidade e a identidade. E uma análise mais consistente da forma de consumo dos moradores pode trazer à baila este mundo de intenções e pretensões que eles têm para sua vida.

A atenção dedicada ao consumo de determinados bens pode expor e revelar o comportamento dedicado à integração dos moradores, à identidade que eles querem assumir e ao desejo de como eles querem ser vistos pela sociedade mais ampla. Não é à toa que esta população de baixa renda dá tanta atenção ao vestuário, aos materiais de limpeza, aos eletrodomésticos e à edificação de seus lares. Pois estes produtos são utilizados de forma a produzir e consolidar uma identidade específica, absolutamente desligada de seu significado de mercadoria, constituindo-se em bem cujo eventual consumo é apartado dos fins que originaram a sua produção.

A relação identitária estabelecida através do consumo pode ser esclarecida por intermédio de dois movimentos: o primeiro compreende a relação entre sujeito e objeto propriamente dita e, o segundo, é a relação estabelecida através do objeto com o meio social em que o sujeito se inclui ou se pretende incluir.

Neste sentido, é importante frisar que o caráter identitário se revela através de uma dialética da identidade que deriva de uma natureza social do homem e de sua capacidade de intervir na cultura e se expressa no nível pessoal pela tensão das vontades (*wesenwille* e *kurwille*)<sup>7</sup> e na coletividade pelas tensões entre as formas de união (comunidade) e de separação (sociedade). (Tönnies, 1995) Ao longo desta pesquisa, vários exemplos extraídos dos discursos dos moradores podem ser uma forma de demonstrar melhor como se dá a questão da identidade através do consumo.

Dona Graça, citada no início deste trabalho, representa uma forma de como os bens consumidos servem para exercer uma dialética da identidade, que ora une diante das semelhanças ora distingue mediante as diferenças, corroborando para um movimento simultâneo e permanente de construção do ser social (Bourdieu, 2001).

Graça mostrou, em sua entrevista, ser uma dona de casa muito zelosa, afirmou que

seu maior desejo de consumo era comprar coisas bonitas para o seu lar, demonstrou sua admiração com relação aos eletrodomésticos (geladeira, fogão, telefone fixo, TV em cores, etc.) e que a partir destes objetos ela define quem é “bem de vida”, em contrapartida, as pessoas que não possuem tais bens vivem em muita dificuldade financeira.

Não é em vão que Dona Graça se identifica mais com sua vizinha do lado esquerdo, pois quando se perguntou à entrevistada que tipo de objetos sua vizinha possuía em casa, sua resposta foi:

- Ah, ela tem o que eu tenho. Geladeira, fogão de gás, TV a cores, cama... Ela é boa dona de casa... se preocupa com os filhos, faz comida pro marido e me ajuda a lavar roupa. Se eu preciso de alguma coisa ela me ajuda e se ela precisa de mim eu ajudo ela. Às vezes eu preciso sair e ela olha meus filhos... ela é como uma irmã.

A vizinha de Dona Graça possui quase os mesmos objetos que ela, também é uma pessoa atenta aos serviços domésticos e à proteção dos filhos. Ou seja, elas possuem uma afinidade não só em suas concepções de boas donas de casa, mas no fato de possuírem bens em comum; elas podem falar sobre a novela que viram na TV, o preço do gás utilizado em seus fogões, os produtos que compraram para por em suas geladeiras, etc. Isto mostra como existem coisas que as aproximam, coisas que as identificam, e os bens possuídos por elas auxiliam em sua interação. Diferentemente da vizinha que fica à direita da casa de Dona Graça. Segundo ela, esta vizinha não possui geladeira, fogão a gás, TV ou cama de casal; Dona Graça mantém pouco contato com os moradores desta residência, ou seja, não se considera amiga desta vizinha, afirma que sabe muito pouco de sua vida e que não tem intimidade.

Esta atividade de identificação e distinção de Dona Graça com relação às suas

vizinhas pode ser verificada por intermédio da significação dos bens que esta, por sua vez, utiliza para conceder *status*, é classificar e ordenar o mundo ao seu redor.

Uma outra maneira de perceber como os moradores da rua Bento Figueiredo trabalham com a questão da identidade é, como já foi mostrado em outras passagens desta pesquisa, a importância do lugar.

Na história de vida de moradores como Glória, Linda e Carlos entre outros, a construção do lugar significa a construção de uma identidade marcada pela rua, pelo lar e pela comunidade.

Todos estes entrevistados falaram de suas vidas antes de invadirem o terreno da rua: moravam em casas alugadas ou em residência de parentes. Afirmam que a melhor coisa que possuem na vida, em termos de bens, é a casa própria. Talvez seja *por* essa razão que o zelo, a atenção com seus lares, seja tão significativo para estas pessoas que, em fases anteriores de suas vidas, não possuíam um lugar fixo, próprio para viver.

Segundo seu Carlos, 50 anos, desempregado, casado com Dona Clarisse e pai de um filho, a maior conquista de sua vida foi sua casa na rua Bento Figueiredo.

- Não acho que a vizinhança seja tão boa: tem gente boa, mas tem gente fofoqueira, que fala da vida dos outros, mas eu gosto de morar aqui, porque a minha casa é aqui, da minha casa eu gosto, construí parte por parte e pode faltar tudo, mas só de não pagar aluguel... já é muito bom(...). Antes de morar aqui a gente morava no Jeremias, era um quarto alugado, mas eu soube que estavam invadindo uns terrenos por aqui e aí eu invadi, eu mais a mulher e faz quinze anos que a gente está aqui. Foi com o meu trabalho no final de semana que construí as paredes, coloquei porta, fiz o muro, sentei pia, foi tudo eu”.

Assim como Seu Carlos, Dona Glória e Dona Linda também se orgulham muito da casa que possuem, afirmam que foi com o seu próprio esforço que construíram suas

residências e que, atualmente, estão estabelecidas com relação à moradia, à rua, ao seu lugar.

Esta visão em que o lugar assume grande importância é uma constante que perpassa quase a totalidade dos entrevistados.

Glória afirma, com muito orgulho, que foi ela e seu marido que construíram, com as próprias mãos, sua casa; Linda, apesar de não ter contado com o seu companheiro, ergueu a casa com o seu trabalho, tanto no aspecto financeiro como físico. Este orgulho e esta certeza de que atualmente estes moradores possuem um lugar que lhes pertence está pautado em um sentimento de conquista que converge para suas histórias de vida, que em um momento anterior foi muito difícil, incerta e insegura, mas que diante dos seus esforços, reverteu em progresso. Esta singularidade, presente na grande maioria dos “invasores” da rua Bento Figueiredo, mostra algumas particularidades com relação a atenção dedicada à conservação e ao zelo com a casa.

A compra de material de construção, de tintas para pintura de paredes, as preocupações com a limpeza e o embelezamento do lar mostram como os moradores possuem uma identidade focal que tanto se reafirma em um grupo de pessoas que conquistaram, construíram e zelaram pelo lugar onde moram, como se distinguem de outros grupos de pessoas que não possuem casa própria, um local para estabelecer sua residência, sua família, seus vizinhos.

Isso também as distingue, mais uma vez, de um passado que outrora lhes pertenceu, passado de dificuldades e pobreza oriundas da falta de “teto” fixo.

### **3.2 Bens, Simbolismo e Bricolagem**

A idéia de ver o consumidor como uma personalidade apática, sem vontades



próprias e submissas a um mercado consumidor subjacente às leis econômicas, constitui visão corriqueira em nossa sociedade; mas nesta pesquisa tentou-se mostrar que, para além das perspectivas que vêem o consumidor desta forma, podem existir outras maneiras de análise que colocam este ator social em um outro patamar.

Pensar em um consumidor autônomo, ativo e independente e uma questão de trabalhar com outras concepções que incluem aspectos simbólicos e significativos para este personagem.

Na ma Bento Figueiredo, o que se pode constatar é que este enfoque que visualiza o consumidor como um ser criativo e autônomo que, a partir de suas aquisições de bens, se pensa e pensa o mundo ao seu redor, atribuindo significados e ordenamento social - é uma constante. Isto porque os consumidores não compram produtos de forma aleatória, estes têm que carregar significados que trazem à tona as identidades, as distinções, a comunicação entre os usuários dos bens.

Sendo assim, Rocha (2001) afirma:

“(…) produtos seriados, impessoais e anônimos deverão ser consumidos por seres humanos particulares. Deverão ser introduzidos em segmentos sociais descontínuos. Incorporados em singularidades várias. Deverão ter face, nome e identidade para que tenham lugar no fluxo de vidas específicas”. E ainda, na esfera do consumo, homens e objetos adquirem sentidos, produzem significações e distinções sociais. Pelo consumo, os objetos diferenciam-se diferenciando, num mesmo gesto e por uma série de operações classificatórias, os homens entre si. O consumo é, no mundo burguês, o palco das diferenças. O que consumimos são marcas. Objetos. que fazem a presença e/ou ausência de identidade, visões de mundo, estilo de vida. Roupas, automóveis, bebidas, cigarros, comidas, habitações, enfeites e objetos os mais diversos não são consumidos de forma neutra. Eles trazem um universo de distinções. São antropomorfizados para levarem aos seus consumidores as individualidades e universos simbólicos que a eles foram atribuídos”.

Sendo assim, apesar do mercado produzir artigos em série, cada consumidor vai dar o seu significado particular e social ao produto que adquiriu. Em um gesto de autonomia e criatividade, utilizando-se de recursos como a bricolagem, os consumidores dão uma nova roupagem, um novo revestimento carregado de simbolismo para os bens que consomem, o caso dos eletrodomésticos pertencentes à Dona Glória ilustra, bem isto. Os significados que esta atribui à batedeira, ao liquidificador e à cafeteira, mencionados nas primeiras páginas deste trabalho, não são aqueles que as lojas e as propagandas anunciam, pois estes objetos não são utilizados para preparar massas, sucos ou cafés. Para a moradora, eles assumem uma outra função (simbólica) que se diferencia da original produzida pelo fabricante dos eletrodomésticos. Para dona Glória, os produtos adquiridos não são para serem usados, mas ostentados como forma de valorizar sua posição de dona de casa zelosa e de uma pessoa que pode se dar o prazer de pequenos luxos.

Esta sobreposição de significados dedicados aos bens e que mostra as astúcias dos consumidores ao subvertem as concepções padronizadas pelas forças econômicas do sistema capitalista. É neste momento que o consumidor pode assumir o papel do *bricoleur* que, em seu trabalho, não opera com um plano preconcebido e se afasta dos processos e normas adotados pela técnica, caracterizando-se especialmente pelo fato de operar com materiais fragmentários já elaborados. (Lévi-Strauss, 2002)

Esse modo de proceder dos consumidores compõe, no limite, um jogo de *ratio* popular, uma maneira de pensar investida em uma forma de agir, uma arte de combinar indissociável da arte de utilizar. Além do mais, essas práticas utilizadas pelos atores sociais que são mistos de ritos, bricolagens manipulações de espaço balizam operações que caracterizam o consumo na rede de uma economia que reconhece nessas práticas de apropriação indicadores de uma criatividade (Certeau. 2003).

Estes tipos de ação podem ser verificados nos moradores da rua pesquisada a dupla funcionalidade dos produtos de limpeza, que ora servem para embelezar ora servem para higienizar simbolizam uma procura dos moradores em manter uma organização e uma ordem em seu cotidiano em seu lugar de habitação. Embora estes produtos quando saiam da indústria não tenham este significado pois produtos de limpeza são vendidos com um único intuito de limpar ambientes. os consumidores da rua Bento Figueiredo em uma atitude de criatividade e se utilizando dos produtos higiênicos adquiridos, reelaboram significados e simbologias que são importantes para ordenamento do seu mundo social. Eles classificam as pessoas limpas e bonitas, cuidadosas e zelosas a partir do interesse que estas têm para com os produtos de limpeza, com determinados tipos de eletrodomésticos (geladeira).

Corroborando o que foi dito acima, Dona Glória, comentando sobre duas de suas vizinhas afirma:

- Aqui tem gente que não dá a menor importância para casa. Verônica mesmo é sebossa, não liga para limpar a casa, os filhos dela não são cheirosos, mas já Rose é limpa, viu, é muito limpa. Ela é uma sofredora, o marido dela é ex-presidiário, matou a amante a facada e passou nove anos na cadeia. Matou por ciúmes da outra e essa coitada já tinha quatro filhos quando ele foi preso, e engravidou de outros cinco na prisão, eu que não era besta de fazer visita a ele. No tempo que ele estava na cadeia a gente da rua ajudava ela, fazia uma feirinha e dava para ela, era feijão, arroz, macarrão, café. Mas ela sempre foi muito limpa, os filhos dela sempre foram limpos e nunca deixou de trabalhar lavando roupa para sustentar os filhos enquanto o marido estava preso.

Sendo assim, Dona Glória distingue as duas vizinhas pelo que ela considera como limpeza, casa organizada e filhos cheirosos. A primeira ela assegura que não cuida da casa, não deixa os filhos perfumados; já a segunda, ela afirma, apesar de todas as dificuldades, sempre foi trabalhadora, limpa e organizada. Ou seja, manter uma conduta de limpeza requer algumas atenções: casa varrida e lavada, filhos com cheiro de perfume simbolizam uma forma de valorizar a residência, o lugar em que mora, as boas relações com as colegas donas de casa.

É por esta razão que os bens não podem ser vistos apenas como mercadorias à disposição em prateleiras de lojas, supermercados, etc. Os produtos assumem, para o consumidor, algo maior que não passa apenas pelo investimento de um capital monetário, mas, acima disto, representa um desprendimento de um capital simbólico. Este simbolismo contido nos produtos, a partir de uma interpretação dos consumidores, é o que se pode chamar de *hau*<sup>8</sup>, ou espírito da coisa. Ou seja, os produtos estão imbuídos de uma subjetividade, que ultrapassa o valor material, monetário das coisas e que abre espaço para aspectos simbólicos que podem demonstrar afinidades, alegrias, ordem, desprazeres, distinções, elementos cujos aspectos são de suma importância para a vida em sociedade.

## Considerações Finais

A maior parte dos trabalhos que tenho lido, de mestrado ou doutorado, dedica o último tópico a uma conclusão, uma espécie de argumento final sobre os ‘saberes’ que teriam sido produzidos e constituídos ao longo da pesquisa. Nesse meu caso, acredito que as conclusões, o que havia a expor é a dizer, já se foi apresentando no decorrer dos capítulos. Não pretendo, assim, concluir por uma síntese objetiva dos fatos e fenômenos estudados. Vou preferir recorrer, pode se entender assim, a subjetividade.

Proceder a uma pequena introspecção sobre como eu pensava, e como penso agora, isto é, no que se constituiu o meu aprendizado durante o exercício profissional da tarefa de antropóloga e pesquisadora. Não será uma análise do objeto, mas algumas observações de como o objeto 'ensinou' e influenciou o modo de pensar da pesquisadora.

Fui a campo em uma área declaradamente de periferia social marcada pelo perfil clássico das populações urbanas de baixa renda: Violência definida não apenas pelos traços rudes e duros do cotidiano das relações sociais, mas ainda e principalmente pela presença de marcas fortes de criminalidade. Lugar onde a polícia aparece para a captura, não para a proteção; Condições precárias de vida e habitação, casas modestas e erguidas com as próprias mãos dentro das possibilidades e iniciativas de cada família, carentes de infra-estrutura urbana, e estabelecida no limite da insegurança, em terrenos ocupados ilegalmente e que não lhes pertenciam; Finalmente, o desemprego, o subemprego, a arte de sobreviver de biscates, características endêmicas da pobreza e da miséria urbana que aparentemente se dissemina por todo o país.

Em geral se pensa, creio que talvez pelas tradições paternas e populistas que regem as políticas nordestinas (e brasileira), que populações do tipo são frágeis, passivas, que para

sobreviver necessitam do amparo e da proteção dos políticos e do Estado. ‘O sertanejo’, escreveu Euclides da Cunha, ‘é antes de tudo um forte’. Mas, como o Jeca Tatu de Monteiro Lobato, atacado de miséria e verminoses, se foi enfraquecendo, adoecendo, se encaminhando para um estado de impotência e submissão nas periferias urbanas, onde dependeriam em grande medida das políticas assistenciais do Estado aguardando que práticas educacionais venham tirá-lo da situação de ignorância e de ausência de cidadania em que viveriam. No geral, é nesse estado que vamos encontrá-lo no imaginário intelectual.

Muitos analistas pensam inclusive que o consumo por parte dessas populações de mercadorias ‘supérfluas’ como televisores, aparelhos de som, peças de vestuário seguindo certas modas, perfumes, etc., são manifestações dessa inconsciência, da incapacidade de identificar as próprias necessidades básicas. Tais afirmações, entendia eu, consistiam em meros preconceitos. E fui a campo em busca do significado simbólico desses objetos, o sentido que seu consumo efetivamente teria para os moradores/consumidores.

Foi assim que conheci dona Linda, dona Glória, dona Isabel e dona Nice; Seu Severino, seu Tomé e seu Josivaldo; Verônica; e -às mães adolescentes, Socorro, Rita, Maria... Foram chegando, desde quinze anos atrás, fugidos da miséria da seca ou do aluguel alto, reunidos aleatoriamente pela necessidade e por um terreno desocupado.

Cataram no lixo restos de papelão forte e pedaços de madeira. Moldaram o barro, juntaram as partes e chamaram a isso de ‘casas’. Alguns animais apareceram, galinhas iam sendo criadas soltas pelo terreno; porcos se alimentando com o lixo, uma ou outra cabra, e um jegue adquirido como instrumento para trabalho de transporte. E o ‘pedaço’, com os gritos e choros das crianças, e o latido dos cães de estimação, foi ganhando sons familiares.

Aos poucos, uma parede, um cômodo, uma parte de cada vez, por anos a fio, foram acrescentando tijolos, blocos e telhas. Um longo trabalho de construção, tão longo quanto o

trabalho de construção das relações sociais, familiares e de vizinhança.

Também se precisava construir a solidariedade, útil para a procura de empregos e obtenção de serviços, e fundamental para conseguir o reconhecimento, e com ele a chegada dos serviços públicos. Demorou, mas as noites puderam ser iluminadas. Adiante, e havia torneiras e água corrente; o lixo não precisava mais ser queimado ou amontoado em espaços ainda vazios.

Passaram os anos, crianças nasceram, pessoas se uniram, famílias se reconfiguraram, casas foram reformadas e ampliadas. Houve perdas e derrotas, é certo, individuais e coletivas, mas que talvez fossem também servindo para fortificar a solidariedade e as afinidades entre os vizinhos e os grupos. A coletividade constituiu-se e estabeleceu suas metas e normas demarcadas pelas conversas e fofocas das mulheres, pelos status e papéis atribuídos e desempenhados. O lugar era o seu lugar. Passaram a reformar suas casas, plantar seus jardins, cuidar de seu lixo, ajudar seus vizinhos mais necessitados. Ou seja, todas essas atitudes insistiam na criação de uma coletividade, demarcavam um novo lugar para viver, lugar que foi se delineando com o passar dos anos.

E nele se impunha uma ordem, por um lado representada pela limpeza e a localização das moradias e pessoas; por outro, pelas cores, plantas e enfeites das casas.

A boa dona de casa não apenas cuida bem de sua família, mas talvez principalmente da ordem e do lugar de moradia. E o lugar deles, o ‘pedaço’, precisava ser assim, arrumado, ordenado, bonito. Nessa ordem, integravam-se os bens de consumo em seu caráter simbólico, significando seja a inserção definitiva na sociedade mais ampla seja o status local da relação entre os moradores. Eis o espírito da coisa, exemplificado por dona Glória seja quando sacraliza uma cafeteira colocando-a em posição determinada ao centro de um ‘altar’, seja quando se preocupa com a posição dos pratos e talheres sobre a mesa, e o

modo pelo qual a refeição é servida.

Ordem, lugar, representação simbólica de bens de consumo, coletividade constituída e reforçada, tudo sustentava a construção de uma identidade. E como identidade, tem um nome simples: Rua Bento Figueiredo. Não custa notar que habitantes recentes, invasores de espaço ainda e até então desocupados, ergueram ali seus casebres, mas não são considerados moradores da rua pelos mais antigos. São os outsiders de que fala Norbert Elias. Talvez um dia, com o tempo, venham a se tornar moradores. Por hora, são de fora, estranhos que chegam ao lugar onde a identidade social já se encontra constituída.

A Rua Bento Figueiredo é a materialização da vida melhor. Do lugar próprio, da família, da vizinhança, da vida estável, de um determinado modo de vida. Então, os moradores acreditam viver em um bom lugar, um bom bairro, e estão contentes e orgulhosos da vida construída, da identidade forjada com muito esforço e trabalho.

Pelo estudo do consumo, pude perceber como as principais características da comunidade afloraram; Como os atores planejaram suas vidas e depositaram expectativas no futuro e acima de tudo como as utilizaram para produzir a ordem, o estilo de vida, de identidade e de inserção na sociedade mais ampla.

Talvez se possa descrevê-los, como fazem as estatísticas, como população carente, de baixa renda, provavelmente localizados no que se denomina abaixo da linha da pobreza. É bem certo que são e que se consideram como muito pobres. Queixam-se da vida, dos padrões, das dificuldades que vão enfrentando, dos jovens desordeiros e do preço de alguns produtos. Mas na comida que me oferecem, nas palavras que me dizem, há muito de orgulho próprio pela vida que venceram. São vencedores, orgulhosos de si e de sua tenacidade, de sua capacidade de construir e crescer em circunstâncias muito mais difíceis que a de outros, que podem observar pela cidade ou assistir pela televisão.



Talvez as condições de uma vida plena, cercada dos cuidados e confortos, usufruindo dos benefícios da ciência, da civilização e da sociedade de consumo, talvez isso não seja tudo afinal. Sei que não era meu objeto e que nessas palavras mais me afasto um pouco de meu tema. Mas ali, na casa de dona Graça, gozando de sua hospitalidade, comendo de sua comida, e ouvindo-a contar as dificuldades de sua pobre vizinha que as vezes não tem nenhum alimento na despensa, senti-me abrigada e agasalhada. Como se estivesse em casa e protegida. Talvez, é o que pensei, nessa construção do cotidiano, na apropriação de um tempo e de um espaço, onde se pode definir uma ordem própria e coletiva, constituída de objetos e símbolos significados, nessa identidade coletiva e solidária em permanente construção e reconstrução, é que se possa entender o que significa afinal essa estranha noção de ‘humanidade’.

## REFERÊNCIAS

### a)- Bibliografia citada.

**AUGÉ, Marc.** *Não-Lugares: Introdução a uma antropologia da super modernidade.* 2.ed.Campinas, SP: Papyrus, 2001.

**BORDIEU, Pierre.** *A economia das trocas simbólicas.* 5.ed.São Paulo, SP: Perspectiva, 2001.

**CANCLINE, Nestor García.** *Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da Globalização.* 4.ed. Rio de Janeiro, RJ: UFRJ, 2001.

**CERTEAU, Michael.** *A invenção do cotidiano: 1- Artes de Fazer.* 9.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

\_\_\_\_\_. *A invenção do cotidiano: 2-Morar, cozinhar.* 5.ed.Petrópolis,RJ: Vozes, 2003.

**CLIFFORD, James.** *A experiência Etnográfica: Antropologia e Literatura no século XX.* 1.ed.Rio de Janeiro,RJ: UFRJ, 2002.

**DAMATTA, Roberto.** *O ofício do etnólogo ou como ter antropológico Blues.* In: A aventura Sociológica. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar editores, 1978.

**DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron.** *O mundo dos Bens: Para uma antropologia do consumo.* 1.ed. Rio de Janeiro, RJ: UFRJ, 2004.

**FEATHERSTONE, Mike.** *Cultura de consumo e pós-modernismo.* 1.ed. São Paulo, SP: Studio Nobel, 1995.

\_\_\_\_\_. *O desmanche da Cultura.* 1.ed. São Paulo, SP: Studio Nobel, 1995.

**GEERTZ, Clifford.** *A interpretação das Culturas.* 1.ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 1989.

**GUMARAES, Alba Zaluar.** *Desvendando Máscaras Sociais.* 3.ed. S.A, 1990.

**LÉVI-STRAUSS, Claude.** *O pensamento Selvagem.* 3.ed. Campinas, SP: Papirus, 2002.

**MAGNANI, José Guilherme Cantor.** *Festa no pedaço: Cultura popular e lazer na cidade.* 2.ed. São Paulo, SP: Uucitee / UNESP, 1998.

**MAUSS, Marciel.** *Sociologia e Antropologia.* 1.ed. São Paulo, SP: Cosac e Naif, 2003.

**MIRANDA, Orlando (org.).** *Para ler Ferdinand Tonnies.* 1.ed. São Paulo, SP: EDUSP, 1995.

\_\_\_\_\_. *A sociabilidade na teoria de Tonnies*. **Revista Sociabilidades**.  
São Paulo. SP.EDUSP, 1996.

**OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. (org)**. *Coleção Grandes cientistas sociais*. **Vol.11. 1.ed.**  
São Paulo, SP: Àtica, 1979.

**ROCHA, Everardo P. Guimarães**. *Magia e Capitalismo: Um estudo sobre a publicidade*.  
**3.ed.** São Paulo, SP: editora brasiliense, 1995.

**SAHLINS, Marshall**. *Cultura e Razão Prática*. **1.ed.** Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar  
Editor, 2003.

**SLATER, Phil**. *Origem e Significado da escola de Frankfurt: uma perspectiva Marxista*.  
**1.ed.** Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editores, 1978.

**TOMPSON, John B.** *A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia*. **5.ed.**  
Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

**b)- Bibliografia Consultada:**

**ADORNO / HORKHEIMER**. *Dialética do Esclarecimento*. **2.ed.** Rio de Janeiro, RJ:  
Jorge Zahar Editor, 1986.

**ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento**. *A embalagem do Sistema: Publicidade no*

*capitalismo brasileiro*. **1.ed. Bauru, SP: EDUSP,2004.**

**BARBOSA, Lúcia.** *Sociedade de Consumo*. **1.ed. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 2004.**

**BAUMAN, Zygmunt.** *A modernidade Líquida*.**1.ed. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar editor,2001.**

**CALDEIRA, Teresa Pires do Rio.** *Cidade dos Muros: Crime, segregação e cidadania em São Paulo*. **1.ed. São Paulo, SP: Ed.34 / Edusp, 2000.**

**CAMPBELL, Colin.** *A ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*. **1.ed. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2001.**

**ELIAS, Nobert.** *O processo Civilizador.vol.1: Uma História dos Costumes*. **1.ed. Rio de Janeiro, RJ~ Jorge Zahar Editores, 1994.**

**FOUCAUL, Michael.** *A microfísica do Poder*. **1.ed. Rio de Janeiro, RJ: Graal, 1979.**

**GIDDENS, Anthony.** *As conseqüências da modernidade*. **5.ed.São Paulo, SP: UNESP, 1991.**

**GREETZ, Clifford.** *O saber Local: Novos Ensaio em antropologia interpretativa*. **7.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.**

**GIDDENS, Antony.** *Modernidade e Identidade.* 1.ed. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Editor, 2002.

**HALL, Stuart.** *A identidade Cultural na pós-modernidade.* 9.ed. Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 2004.

**LABURTHE-TOLRA, Philippe. WARNIER, Jean Pierre.** *Etnologia - Antropologia.* Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

**LAPLANTINE, François.** *A descrição etnográfica.* 1.ed. São Paulo, SP: Terceira Margem, 2004.

**McCRACKEN, Grant.** *Cultura e Consumo: Novas Abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo.* 1.ed. Rio de Janeiro, RJ: Mauad, 2003.

**OLIVEIRA, Cardoso de.** *O trabalho do Antropólogo.* 2.ed. Brasília, DF: Paralelo 15; São Paulo, SP: UNESP, 2000.

\_\_\_\_\_. *Sobre o Pensamento Antropológico.* 3.ed. Rio de Janeiro, RJ: Tempo Brasileiro, 2003.

**SLATER, Don.** *Cultura do Consumo & Modernidade.* 1.ed. São Paulo, SP: Nobel, 2002:

**VEBLER, Thorstein.** *A Teoria da Classe Ociosa.* In: Os Pensadores. **1.ed.** São Paulo, SP:  
**Abril Cultural, 1980.**

# Anexos





Em Campina Grande, a rua Bento de Figueiredo situa-se no bairro de Monte Santo. Entretanto, o principal acesso é por Bodocongó. A foto acima mostra a entrada da rua (à esquerda) partindo da avenida periférica à Universidade Federal. Abaixo, a mesma entrada fotografada de um ângulo oposto.







Há um contraste entre os moradores e os novos invasores (recém chegados estabelecidos no lado da rua onde não há postes de iluminação) e que, segundo os antigos habitantes “não moram na rua”. As fotos mostram duas tomadas dessas áreas de ocupação mais recente.







Os terrenos baldios acabam servindo como depósito de entulho e restos de construções. Entretanto, há uma preocupação dos moradores em que não se transformem em depósito de lixo e de resíduos domésticos.







Acima, a casa pintada de verde é a moradia de dona Verônica, uma de nossas entrevistadas principais, e que foi construída como prolongamento de sua casa materna (mais recuada)  
Abaixo, o entorno da rua, com destaque para os trilhos da Rede Ferroviária Federal.







Habitações exemplares: as casas em estágios de pré-acabamento são freqüentes, na medida em que o progresso da construção depende da disponibilidade financeira dos moradores. Embora utilizando materiais improvisados por vezes, é freqüente a preocupação com a limpeza e a ordem.







Fundos da rua Bento de Figueiredo, único acesso ao Monte Santo (acima), Embora, seja relativamente longa, não possui travessas ou becos. Na foto abaixo (feita do Monte Santo) pode-se notar que as habitações ocupam quase exclusivamente o braço esquerdo da rua, embora a esta altura já existam invasões do lado direito.



# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)