

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO E NEGÓCIOS

Helena Dantas Waquil

**DESAFIOS DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NAS CLASSES POPULARES DO
BRASIL: ESTUDO DA RELAÇÃO ENTRE AS PRÁTICAS COTIDIANAS DE
CONSUMO E SEUS NÍVEIS DE SUSTENTABILIDADE.**

Porto Alegre

2014

Helena Dantas Waquil

**DESAFIOS DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NAS CLASSES POPULARES DO
BRASIL: ESTUDO DA RELAÇÃO ENTRE AS PRÁTICAS COTIDIANAS DE
CONSUMO E SEUS NÍVEIS DE SUSTENTABILIDADE.**

Dissertação de Mestrado submetida como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração pelo Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Negócios da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS. Área de Concentração: inovação e sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Jacques Fonseca

(UNISINOS)

Porto Alegre

2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

W111d Helena Dantas Waquil

Desafios do consumo sustentável nas classes populares do Brasil: estudo da relação entre as práticas cotidianas de consumo e seus níveis de sustentabilidade / Helena Dantas Waquil . – 2014.

117 f.

Orientador: Marcelo Jacques Fonseca

Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Negócios, Porto Alegre, 2014.

1. Consumo. 2. Sustentabilidade. 3. Classes Populares I. Fonseca, Marcelo Jacques, orient. II. Título.

CDU: 366

Maria José Leivas Waquil – Bibliotecária CRB 10/2232

RESUMO

Sustentabilidade pressupõe o conceito de que o futuro das sociedades será influenciado pelas ações realizadas atualmente e refletirá as transformações ocorridas no tempo e espaço em prol dos princípios sociais, econômicos e ambientais. O consumo sustentável é um tema que tem se destacado tanto nas discussões internacionais entre governos e organizações como em pesquisas recentes, porém ainda apresenta carência de estudos que aprofundem a questão no entendimento do comportamento dos consumidores atuais (i.e. PROTHERO et al., 2010; SCHAFER e al., 2010; CONNOLLY e PROTHERO, 2003;). Da mesma forma, o grupo socioeconômico composto pelas classes populares também tem sido investigado em diversos aspectos devido a sua importância no crescimento e desenvolvimento das sociedades emergentes, como o Brasil tem vivenciado nos últimos anos. O presente estudo tem por objetivo cruzar estes temas, analisando o consumo sustentável dos consumidores de classes populares e buscando interpretar suas práticas cotidianas e seus significados para os consumidores dentro deste contexto social. A partir de um estudo qualitativo interpretativista, cinco comunidades brasileiras da cidade de Porto Alegre e região metropolitana foram visitadas e vivenciadas para a obtenção de resultados. As evidências permitiram refletir sobre as práticas de consumo exercidas e seus níveis de sustentabilidade, preenchendo, assim, uma das lacunas de pesquisa sugeridas por estudos anteriores. Nas visitas às comunidades o estudo combinou entrevistas em profundidade com pesquisa observatória participante, e os resultados surpreenderam apontando que muitas das práticas de consumo cotidianas manifestadas nesse ambiente socioeconômico são sustentáveis e criativas. Ainda assim, os consumidores pesquisados manifestaram algumas práticas não sustentáveis que refletiram hábitos específicos. Todas as práticas encontradas foram interpretadas à luz de um sólido embasamento teórico que permitiu a reflexão e algumas conexões a partir de estudos anteriores. Convida-se o leitor a mergulhar na descrição e interpretação dos hábitos cotidianos de consumo, sustentáveis ou não, investigados no contexto social das classes populares estudadas.

Palavras-chave: Consumo de classes populares; comportamento do consumidor; consumo sustentável;

ABSTRACT

Sustainability implies the concept that the future of the global population will be influenced by the actions currently undertaken and that it reflects the transformation occurring in time and space towards the social, economic and environmental principles. Sustainable consumption is a theme that has been prominent in discussions between governments and international organizations as in recent researches, but still presents several opportunities to learn further investigation about the issue in the understanding of the behavior of today's consumers. Besides, the socio-economic group composed by the poor (popular) consumers have also been investigated in many aspects due to its importance in the growth and development of emerging countries, as Brazil has experienced the latest years. This research aims to cross these issues by analyzing both the sustainable consumption and the poor consumers, seeking to interpret their daily practices as their meanings to consumers within this social context. From an interpretive qualitative study, five Brazilian communities in the city of Porto Alegre and its metropolitan area were visited, investigated and experienced for obtaining results. Evidence allowed to reflect on the practices exercised within their levels of consumption and sustainability, thus fulfilling one of the research gaps suggested by previous studies. Through the visits, this study combined interviews with participant observatory research and surprisingly results showed that many of the everyday practices of consumption expressed in this socio-economic environment are sustainable and creative. Still, consumers surveyed also expressed some unsustainable practices that reflected specific habits. All practices found were interpreted by a solid theoretical foundation that allowed reflection and some connections from previous studies with present results. The reader is invited to soak in the description and interpretation of everyday consumption habits, sustainable or not, investigated at the social context of the popular classes of poor consumers studied.

Key-words: Consumption in poor people; consumer behavior; sustainable consumption

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Motivação x envolvimento dos consumidores.....	24
Quadro 1 – Características dos consumidores em suas classes sociais.....	31
Tabela 1 – Informação populacional das comunidades visitadas.....	35
Quadro 2 – Quantidade de visitas nas comunidades estudadas.....	39
Quadro 3 – Detalhamento das entrevistas realizadas por comunidade.....	40
Figura 2 – Filhos reunidos no sofá para foto.....	46
Figuras 3 e 4 – Reutilização de baldes e garrafas plásticas para vasos de plantas.....	50
Figuras 5 e 6 – Prática da adubagem nos quintais.....	53
Figuras 7, 8 e 9 – Roupas estendidas em frente aos lares.....	64
Figuras 10, 11 e 12 – Utilização de produtos de limpeza vendidos porta à porta.....	68
Figuras 13 e 14 – Lixo e restos de materiais de construção nas ruas.....	70
Figura 15 – Cartaz exposto nas colunas da área coletiva da escola.....	75
Figuras 16 e 17 – Sala de artesanato do galpão de reciclagem Campo da Tuca.....	89
Figura 18 – Quadro decorativo realizado em oficina de artesanato com materiais reaproveitados do lixo.....	90
Figuras 19 e 20 – Exemplos de itens decorativos feitos em crochê.....	97
Figuras 21 e 22 – Envoltórios de crochê para enfeitar embalagens reutilizadas.....	98
Quadro 4 – Práticas de consumo e sua relação com a sustentabilidade.....	106

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 OBJETIVOS	10
2.1 OBJETIVO GERAL	10
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
3 JUSTIFICATIVA	11
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
4.1 CONSUMO SUSTENTÁVEL	14
4.1.1 Contextualização das perspectivas	14
4.1.2 Definição de consumo sustentável.....	16
4.1.3 Tipos de consumidores na conscientização para consumo sustentável.....	17
4.1.4 Classificação das práticas de consumo sustentável	19
4.1.5 Motivações para o consumo sustentável.....	22
4.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	25
4.2.1 Consumo, comportamento do consumidor e sua relação de significados	25
4.2.2 Padrões de consumo e estilo de vida	27
4.2.3 Influências e mudança de atitude	28
4.3 CONSUMIDORES DE CLASSES POPULARES.....	29
4.3.1 Definição e contexto socioeconômico das classes populares.....	29
4.3.2 Práticas de consumo das classes populares.....	31
4.3.3 Consumo sustentável nas classes populares.....	32
5 METODOLOGIA.....	34
5.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	34
5.2 CARACTERIZAÇÃO DAS UNIDADES DE ANÁLISE	35

5.3 COLETA DE DADOS.....	35
5.3.1 Acesso aos informantes	35
5.3.2 Entrevistas em profundidade	39
5.3.3 Observação participante.....	45
5.3.4 Fotoetnografia.....	45
5.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO	46
6 ANÁLISE DE RESULTADOS.....	48
6.1 “PODE ENTRAR, A CASA É TUA” – ANÁLISE DOS HÁBITOS COTIDIANOS DENTRO DE CASA.	48
6.1.1 “Aqui no meu quintal tem de tudo” – não é subsistência, mas há sustentabilidade.	49
6.1.2 Práticas cotidianas de consumo de recursos – o transporte, a energia e a água. 	56
6.1.3 A casa e a rua: limpeza dentro, sujeira fora	69
6.1.4 O (re)destino do lixo dentro de casa	71
6.2 CONSUMO SUSTENTÁVEL COM CRIATIVIDADE E INTERAÇÃO SOCIAL	78
6.2.1 A vizinhança - senso de coletivismo social e redistribuição.....	79
6.2.2 Oficinas de criatividade – Agregando valor ao lixo	86
6.2.3 Galpões de reciclagem - fonte de renda e trabalho	99
6.3 CONSOLIDAÇÃO DAS PRÁTICAS DE CONSUMO	105
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	110
8 REFERÊNCIAS	115

1 INTRODUÇÃO

O estudo da sustentabilidade é um tema cada vez mais relevante nas discussões profissionais e acadêmicas, no Brasil e no mundo. A importância do assunto é devida à preocupação comum pela busca do sustento de longo prazo das sociedades, no contexto evolutivo dos cenários socioeconômicos em constante interação com o meio ambiente.

Existem pelo menos duas perspectivas de estudo para esse assunto (PROTHERO et al., 2010): de um lado, pode-se estudar a sustentabilidade a partir do olhar do “produtor”, ou seja, países, empresas e entidades de diferentes segmentos, públicos e privados, que estão abraçando causas sustentáveis – sejam elas de cunho ambiental, social ou econômico – em prol do chamado “desenvolvimento sustentável”. Neste sentido buscam-se soluções para a otimização dos recursos na produção, ou seja, como produzir ‘mais com menos’ e continuar fomentando o crescimento econômico e mercadológico sem comprometer as gerações futuras.

Por outro lado, a sustentabilidade permeia a vida de todos os cidadãos que atuam, consciente ou inconscientemente, no papel de “consumidores” dos recursos e produtos na sociedade. Nesta perspectiva surge a discussão do “consumo sustentável” que muito se assemelha ao desenvolvimento sustentável, porém a partir do olhar do consumidor, ou seja, na busca por consumir atendendo suas necessidades sem comprometer aquelas das gerações futuras. É nessa perspectiva sustentável com foco no consumo que este trabalho se concentrará.

As pesquisas sobre o comportamento do consumidor têm se diversificado em diferentes áreas, focos, segmentos e objetivos, evoluindo juntamente com as transformações dos hábitos de consumo dos indivíduos (ROCHA; ROCHA, 2007). Neste trabalho serão estudadas e analisadas as práticas de consumo dos indivíduos de classes populares em relação ao consumo sustentável.

Outro tema de crescente relevância nos estudos recentes é o consumo considerando as particularidades do comportamento de consumidores das classes de baixa renda, ou seja, a classe social tratada neste trabalho como “classes populares” (CASTILHOS, 2007). Os critérios que definem os limites para a classificação desta classe social são de difícil precisão, fazendo com que os intervalos variem conforme a fonte (i.e. IBGE, 2010; SAE, 2010; PNAD, 2009; DA SILVA et al., 2009; NERI, 2008). Neste estudo as definições ainda precisarão ser aprofundadas, mas considera-se em linhas gerais o grupo populacional de classe média baixa

(ou classes C e D), que teve crescimento expressivo em número e renda nos últimos dez anos (VALOR ECONÔMICO, 2013).

O crescimento acelerado desta fatia da população no paradigma social dominante gera um inevitável aumento no consumo e conseqüentemente um aumento no interesse e na curiosidade das empresas e instituições sobre como atingir este público emergente com seus produtos e serviços. Alguns trabalhos buscam entender os hábitos de vida e consumo desta classe social brasileira (CASTILHOS, 2007; BARROS, 2007; MATOSO, 2005). No entanto, ainda há escassez de estudos que se concentrem especificamente na pesquisa do consumidor de classes populares em relação às práticas sustentáveis de consumo.

O foco deste trabalho surge para atender a esta lacuna, pesquisando o consumidor de classes populares com as lentes das práticas cotidianas de consumo e buscando entender o nível de sustentabilidade presente em seus hábitos de consumo. Este tema do consumo sustentável nas classes populares é de interesse tanto público como privado, pois a investigação dos hábitos e práticas deste grupo de consumidores deve trazer as chaves para que o governo e as empresas repensem e adaptem seus programas e produtos para melhor atender às necessidades destes consumidores.

Assim, pretende-se integrar os estudos do consumo sustentável e das classes populares renda a fim de buscar entender qual a relação entre os hábitos de consumo deste segmento da população e as práticas de consumo sustentável. Para isso, questiona-se: quais são as motivações que essa classe tem para o consumo sustentável? São elas econômicas? De afirmação social? Por consciência ambiental? De identificação? E afinal, quais os espaços e obstáculos para o consumo sustentável nas classes de populares?

Tais questionamentos auxiliam na definição do problema de pesquisa desta dissertação como sendo: Como se dá a relação entre as práticas cotidianas de consumo e seus níveis de sustentabilidade nas classes sociais populares?

2 OBJETIVOS

Os questionamentos acima referidos conduzem a pesquisa aos seguintes objetivos:

2.1 OBJETIVO GERAL

Compreender a relação entre as práticas cotidianas de consumo e seus níveis de sustentabilidade nas classes sociais populares.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- A) Investigar quais os principais hábitos de consumo cotidiano destas classes populares e seus significados para o consumidor;
- B) Mapear as práticas de consumo sustentáveis e as práticas de consumo não sustentáveis nesta classe social;
- C) Verificar os estímulos de consumo e os espaços para o consumo sustentável no contexto socioeconômico das classes populares;

3 JUSTIFICATIVA

A preocupação com a escassez de recursos e seus impactos no futuro das próximas gerações é uma inquietação que nem sempre é vista na sua relação com as práticas de consumo sustentável. Essa falta de conexão muitas vezes está atrelada à falta de entendimento do conceito e do significado de consumo sustentável para os consumidores, bem como suas implicações (CONNOLLY; PROTHERO, 2003).

Normalmente, o estímulo para o consumo sustentável ocorre de “cima para baixo”, ou seja, gerado pelas empresas, instituições e governo para incentivar o consumidor a agir de determinada maneira no seu ato de consumo. Ainda assim os esforços não foram suficientes e há pouco resultado na prática do discurso de consumo sustentável. Uma das razões para isto pode ser creditada ao poder de mudança estar mais intensamente relacionado ao nível do consumo do que ao de produção (PROTHERO et al., 2010).

Além disso, é possível que a informação e o discurso de sustentabilidade estejam elitizados nas classes de maior renda, que agrupam uma parcela menor da população. Alguns autores (i.e. HEISKANEN; PANTZAR, 1997; CONNOLLY; PROTHERO, 2003) inclusive propõem que se os padrões de consumo dos países desenvolvidos fossem replicados para os países emergentes, as capacidades de recursos seriam esgotadas, com o evidente aumento do poder de consumo das classes populares em ascendência. Essa massa populacional de grande representatividade tem potencial de gerar impactos ambientais maiores em relação ao pequeno grupo de pessoas que compõem as classes A e B. Contudo, isso não significa que esse público deva reduzir seu consumo justamente agora que está com renda ascendente; o que se propõe com essa pesquisa é entender os espaços e obstáculos para um consumo mais sustentável.

O interesse de aprofundar esses temas é recente, mas alguns estudos já se concentraram em pesquisar o comportamento do consumidor e sua relação com as práticas de consumo sustentável. Algumas destas pesquisas focaram nas práticas de consumo sustentável, geralmente triviais, como reciclagem, predisposição para pagar por produtos verdes e conservação de água ou energia (HEISKANEN; PANTZAR, 1997). Outras focaram na análise do nível de impacto sustentável das práticas cotidianas (GER e FONSECA, 2012). Há ainda aquelas que buscaram entender as motivações que levam ao consumo sustentável e o envolvimento dos consumidores na mudança comportamental (PROTHERO et al., 2010). A ascendência das classes de baixa renda e o crescimento populacional desta camada de consumidores também está gerando interesse de pesquisas e alguns estudos aprofundaram o

entendimento dos significados e hábitos de consumo deste grupo (O'DOUGHERTY, 1997; MATOSO, 2005; CASTILHOS, 2007).

No entanto, ainda há carência de pesquisas que abordem a integração dos temas de comportamento do consumidor de classes populares em relação às práticas de consumo e seu impacto sustentável. Esse é o tema central deste estudo que buscou relacionar esses três temas para obter respostas ao seguinte questionamento: quais são as práticas de consumo cotidiano nas classes populares e seus níveis de sustentabilidade?

O presente estudo contribui para preencher algumas lacunas de sugestões de agenda de pesquisa, tais como: olhar do consumo sustentável como um todo e o que fazem esses consumidores quando consomem (HEISKANEN; PANTZAR, 1997); análise do problema como um conjunto de hábitos nas práticas diárias de consumo (GER; FONSECA, 2012); estudo empírico focado na análise de impactos ambientais gerados pelo consumo (CONNOLLY; PROTHERO, 2003) e o entendimento do comportamento do consumidor com um olhar da cultura como um “espaço central no pensamento do marketing, não mais para explicar diferenças de práticas de marketing em diferentes povos e grupos, mas como forma de entender a essência do processo de consumo” (ROCHA; ROCHA, 2007).

De acordo com pesquisas anteriores (i.e. ROCHA; ROCHA, 2007; OSTERGAARD, 2000; CONNOLLY; PROTHERO, 2003), os estudos em consumo sustentável exigem uma abordagem transdisciplinar, pois questões ambientais são problemas híbridos causados por comportamentos sociais e econômicos e por isso não podem ser desvinculados. Para este estudo serão considerados também os olhares da antropologia, ecologia, economia e design, em uma combinação de diálogo com o marketing e o estudo do consumidor em específico, o que irá enriquecer a discussão do problema em foco (BELK, 2009).

Os resultados desta pesquisa devem contribuir para um maior entendimento sobre as práticas de consumo cotidianas desse grupo ascendente de consumidores das classes populares brasileiras, bem como a identificação de espaços para o consumo sustentável nessa estratificação populacional. O tema é de grande interesse das empresas que já não enxergam mais as questões ambientais e de baixa renda social como ameaças, mas sim como oportunidades para o negócio (HEISKANEN; PANTZAR, 1997).

Por fim, a partir da presente pesquisa, todos os leitores são convidados a repensar seu papel e sua influência no consumo sustentável, assim como seu potencial de criatividade para

oferecer alternativas que proporcionem uma oferta para as necessidades de demanda identificadas no processo de engajamento do consumo com a sustentabilidade.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No intuito de explorar profundamente as articulações teóricas que compõem o tema central deste trabalho, o consumo sustentável nas classes sociais populares, será apresentada a lógica conceitual que permite o entendimento holístico dos temas relacionados. Todos os conceitos discutidos a seguir são de difícil definição. Em grandes linhas, são três temas principais que se cruzam para compor a problemática deste estudo: o consumo sustentável, o comportamento do consumidor e as classes populares.

O consumo sustentável deriva da amplitude conceitual de sustentabilidade e coloca em questão as práticas ecológicas, econômicas e sociais dos cidadãos. A pesquisa do comportamento do consumidor é um campo do marketing que se concentra em analisar os atores e suas motivações para compra e uso dos produtos e serviços. Dentro do estudo do comportamento do consumidor, pode-se estratificar um grupo de consumidores com perfil específico para analisá-los em sua identidade de valores e práticas de consumo. Neste trabalho, conforme apresentado anteriormente na justificativa, elegeu-se o grupo de consumidores das classes populares, que no Brasil tem apresentado crescimento acelerado e possui suas particularidades de consumo. O olhar destes consumidores com as lentes do consumo sustentável é o que será explorado na presente pesquisa.

4.1 CONSUMO SUSTENTÁVEL

4.1.1 Contextualização das perspectivas

A sustentabilidade é composta por três principais pilares que permitem analisar o conceito através de diferentes abordagens, seja pela perspectiva social, econômica e/ou ambiental. Para uma análise completa, é preciso entender a combinação destas três visões dentro do contexto de desenvolvimento e globalização no qual estamos inseridos. É possível, ainda, explorar a definição de sustentabilidade pelo lado do produtor e pelo lado do consumidor, estando as duas partes interligadas no processo de consumo sustentável e nas interações socioambientais da sociedade. A seguir apresentam-se os principais temas e conceitos de sustentabilidade relacionados ao propósito desta pesquisa.

Os autores Heiskanen e Pantzar (1997) afirmam que a sustentabilidade decorre da redução de recursos, porém que essa menor intensidade do uso de recursos não necessariamente significa redução de custos. Há duas perspectivas no uso de recursos: a da empresa ou organização e a do cidadão. As empresas estão buscando alternativas para reduzir

o consumo de recursos em seus processos produtivos, porém muitas vezes esses projetos estão atrelados a altos investimentos em tecnologia ou materiais e recursos diferenciados. Assim, será preciso que a empresa avalie o retorno do investimento com a economia gerada ou assuma um investimento considerando benefícios de longo prazo.

No que se refere aos cidadãos, possuem um papel relacionado aos impactos gerados por seus hábitos de consumo, já que o consumo de recursos é um influenciador da degradação ambiental (HEISKANEN; PANTZAR, 1997). Em concordância com vários autores que abordam o consumo sustentável (i.e. DOBSCHA et al., 2009; PROTHERO et al., 2010), assume-se que o problema não é o consumo, pois ele é parte essencial na lógica dos sistemas econômicos, mas sim o modo e as práticas que serão adotadas pelos consumidores e seus impactos ambientais. É o que Manzini (2008) chama de relação da pessoa com o objeto e com as outras pessoas, ou seja, as interações de consumo na sociedade pensadas como práticas sustentáveis.

Sabe-se que os problemas socioambientais surgem tanto em nível global, como nacional, e até mesmo local. No mundo, uma das maiores dificuldades da sustentabilidade tem sido o desafio de integrar o desenvolvimento sustentável com o crescimento da economia nos mercados emergentes. Na lógica econômico-ecológica, se os padrões de consumo dos países de primeiro mundo fossem estendidos aos países emergentes, a capacidade de recursos da terra seria excedida. Neste aspecto, Heiskanem e Pantzar (1997) afirmam que surgem duas grandes preocupações relativas à integração do crescimento econômico dos países com seu desenvolvimento sustentável: a primeira se refere à redução dos padrões de consumo dos países industrializados; e a segunda sugere que estes padrões não sejam replicados nos países emergentes para que não ocorra excesso das capacidades do planeta.

Assim, responsabiliza-se tanto as sociedades desenvolvidas como aquelas em desenvolvimento. No entanto, de acordo com os autores Dobscha et al. (2009), assume-se a premissa de que o problema ambiental é global, porém, assim como a fome e a AIDS, as questões ambientais afetam os países de forma desproporcional, impactando mais alguns do que outros. Da mesma forma, a responsabilização nas respostas a este desafio ocorre em diferentes intensidades e modos, variando conforme a cultura e região em questão.

Esta desigualdade na responsabilização e nos impactos ambientais é influenciada pelo fato de alguns países possuírem recursos em abundância, enquanto outros convivem com a escassez. Culturalmente essa situação natural de cada país vai determinando hábitos e maneiras de consumo dos recursos. A água, por exemplo, é um recurso em abundância no

Brasil, visto que 12% da água doce do mundo percorre o território brasileiro, no qual habitam menos de 3% da população mundial (Guia Exame de Sustentabilidade, 2012). Esta alta disponibilidade per capita de água, a segunda maior do mundo, combinada com a quase gratuidade de uso do recurso, acabou acostumando os consumidores brasileiros e as empresas aqui instaladas com a fartura e a não valorização adequada. A situação tem cenário completamente oposto em países como Índia e China, nos quais a situação é de grande vulnerabilidade no que se refere à disponibilidade de água potável.

O Brasil, segundo a ONU (Agência Brasil, 2013), lidera o esforço mundial de conservação do meio ambiente e é pioneiro em diversas iniciativas públicas e privadas. O crescente engajamento das empresas tem sido notável, e a busca por soluções mais sustentáveis já faz parte da pauta das principais organizações do país. Também já se reconhece que o cuidado com o meio ambiente e o futuro da sociedade é um problema de todos e as iniciativas sustentáveis estão surgindo no mundo em diferentes setores.

Após a breve descrição do conceito de sustentabilidade nas duas perspectivas socioeconômicas (produtor e consumidor), situa-se o foco deste trabalho. Existem três fases que permeiam a sustentabilidade de um produto: a produção, quando ele é gerado; o uso, quando ele é consumido; e o descarte ou pós-uso, quando ele é encaminhado ao fim ou recomeço de seu ciclo de vida. Este estudo será concentrado no que Solomon (2008) define como comportamento do consumidor, ou seja, os “processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam e descartam produtos, serviços, ideias ou experiências”. Será aprofundado o consumo como processo de compra e uso, bem como o pós-consumo no descarte, a partir da visão da demanda e não da oferta (CONNOLLY; PROTHERO, 2003). Essa perspectiva busca o entendimento das decisões estratégicas do consumidor e a análise do processo de consumo com seus impactos socioambientais.

4.1.2 Definição de consumo sustentável

A definição de consumo sustentável não é clara (HEISKANEN; PANTZAR, 1997; CONNOLLY; PROTHERO, 2003) e alguns autores inclusive defendem que no caso do consumo sustentável a falta de precisão na definição do conceito é positiva, pois deixa o termo aberto para a construção de um consenso.

O próprio consumidor muitas vezes não tem clareza do significado de consumo sustentável em seu contexto de vida e qual sua relação com as práticas que deveriam contribuir na redução de impactos ambientais. Não raramente os consumidores se sentem

contribuintes e participantes do consumo sustentável pelo que acreditam ser esse conceito, limitando-o à compra produtos sustentáveis, os chamados “produtos verdes”, e à reciclagem do lixo. Alguns se permitem utilizar este argumento, consciente ou inconscientemente, como uma válvula de escape para a liberdade de consumo sem controle de intensidades.

Na pesquisa de Connolly e Prothero (2003), por exemplo, os consumidores entrevistados, além de não ter o entendimento amplo do conceito de consumo sustentável, ainda possuíam impressões negativas sobre mudança de hábitos e estilo de vida sustentável. É comum que essas impressões do conceito de consumo sustentável para o consumidor estejam relacionadas à renúncia de conforto e sejam entendidas como anticonsumo ou como algo prejudicial ao seu bem estar.

Assim, abre-se a discussão do consumo e não-consumo (também chamada recusa ou anticonsumo) de produtos ou serviços por valores de identidade ou estilo de vida. Conforme já foi afirmado anteriormente, há uma convergência nos estudos de consumo sustentável de que o problema não é o consumo e que o consumo em si não é uma coisa ruim; ele é necessário e seguidamente aparece como uma parte proveitosa da condição humana. A questão em debate é “o quê” e “como” consumimos, e o que fazemos com o que não queremos mais (DOBSCHA et al., 2009). Heiskanen e Pantzar (1997) também afirmam que o consumo é necessário para a sociedade, porém não nessa intensidade de uso de recursos que temos praticado. Até mesmo os estudos sobre o anticonsumo assumem que não se renuncia ao consumo de produtos e serviços, mas sim se busca encontrar meios de obtê-los sem sustentar o sistema de consumo capitalista e sem adesão às regras de comércio tradicionais (PORTWOOD-STACER, 2012).

Contudo, o consumo sustentável não será abordado neste trabalho com um viés radical, como são os hiperconsumistas de um lado e os anticonsumistas de outro. Para esta pesquisa assume-se o conceito de consumo sustentável como o envolvimento dos indivíduos com as práticas sustentáveis como um todo (HEISKANEN; PANTZAR, 1997; CONNOLLY; PROTHERO, 2003), ou seja, as ações de consumo, conscientes ou não, que permeiam todo o processo que começa no ato de compra, passa pelo uso dos produtos e serviços e termina no descarte ou redirecionamento do produto.

4.1.3 Tipos de consumidores na conscientização para consumo sustentável

Para entender a posição que os consumidores adotam em relação ao consumo sustentável, é possível agrupá-los em três fases de conscientização: aqueles que não possuem

consciência de seus impactos de consumo; aqueles que estão conscientes, porém não se julgam responsáveis na sua individualidade e aqueles que estão conscientes e se consideram atores de mudança. Considera-se que no decorrer de suas práticas de consumo o indivíduo pode assumir diferentes tipos de conscientização (CONNOLLY; PROTHERO, 2003), influenciado por conhecimento e escolha de estilo de vida; porém em grandes linhas divide-se seus hábitos gerais de consumo como um todo, determinando seu posicionamento em um momento de vida.

Há um grande grupo de consumidores “ordinários” (HEISKANEN; PANTZAR, 1997), que não têm consciência da relação entre seus padrões de consumo e as consequências futuras para a sociedade. Muitas vezes, essa falta de consciência no consumo dos produtos e recursos da sociedade é advinda de uma falta de informação sobre as reais consequências geradas pelos seus atos.

Existem outros consumidores que possuem alguma noção dos impactos gerados por seu consumo, porém assumem uma posição individualista e acreditam que possuem pouco poder de afetar o mercado, e por isso não se sentem responsáveis (HEISKANEN; PANTZAR, 1997). Soper (2007) se refere a este grupo de consumidores como seres essencialmente egoístas que são impulsionados pela ganância individual e desejos irracionais. Estas pessoas encontram justificativas para legitimar sua necessidade de nível de consumo, encarando-a como normal, decente e necessária.

Esta atitude de senso individual não projeta o efeito no grupo e acaba fazendo com que a maioria não pratique a sustentabilidade; também pode ser classificada como cultura do individualismo ou “*me first*”. Alguns consumidores questionam o porquê do economizar no consumo, já que trabalham muito para conquistar o poder aquisitivo e depois não podem aproveitar o que conquistaram (GER; FONSECA, 2012). Outros entendem como função do ritmo acelerado das rotinas diárias e a falta de meios que viabilizem as práticas de consumo sustentável. É o que Parode e Reyes (2011) chamam de “*my right of pleasure*”, ou seja, a mesma questão que gira em torno da economia do prazer, da satisfação individual e temporal e da abundância de consumo.

Por fim, há um pequeno grupo que conscientemente busca consumir de forma sustentável, uns mais radicais e outros com escolhas moderadas dentro dos limites de qualidade de vida. Estes consumidores escolhem conscientemente maneiras de consumo que contribuam para o bem-estar público e privado (SOPER, 2007). Este último grupo adota a mudança de certas práticas para a redução da intensidade de uso dos recursos, o que pode se

tornar um estilo de vida (HEISKANEN; PANTZAR, 1997). Este grupo trata-se de uma minoria que atualmente pratica o consumo sustentável como um estilo de vida.

Na visão de alguns autores (i.e. HEISKANEN; PANTZAR, 1997; GER; FONSECA, 2012), na maioria dos casos ainda temos um discurso muito desvinculado da prática, seguidamente expressado em palavras, porém não concretizado em ações. Os autores Barcellos et al. (2011) também exploram o estudo da distância entre a intenção e a ação no consumo sustentável, analisando o grau de consciência atrelado à aquisição de produtos sustentáveis e a relação entre comportamento e atitude. Outros autores escreveram sobre a falta de comprometimento na atitude de compra de produtos sustentáveis e afirmam que muitos consumidores acreditam ser importante, porém não agem como tal no momento da compra (CHATZIDAKIS et al., 2007).

A posição dos autores Dobscha, Prothero e McDonagh (2009) é de que os consumidores desta nova geração compram produtos não mais só pela motivação da satisfação de suas necessidades, mas também pelo arranjo ou inclinação sustentável. Os autores afirmam que não se trata mais só de um grupo marginal de radicais, mas que chegou-se a uma nova geração com mudança de valores. Concorda-se que nos últimos anos já houve uma certa popularização de algumas práticas sustentáveis e que muitos hábitos de consumo se transformaram ao longo do tempo e das gerações em prol da sustentabilidade. No entanto, ainda são insuficientes os estudos para que se possa afirmar que realmente chegamos a uma geração que consome conscientemente com preocupação de práticas sustentáveis.

4.1.4 Classificação das práticas de consumo sustentável

O que é realmente uma prática de consumo sustentável? Em relação a isso, a primeira discussão que surge é sobre uma ação ser ou não sustentável, dependendo de que ponto se analisa os impactos em questão. Para este trabalho assume-se como prática de consumo sustentável toda ação de consumo que no mínimo amenize os impactos ambientais em detrimento a outra ação ou comportamento que não considere estas consequências.

Pode-se classificar as práticas de consumo sustentável a partir do viés de sustentabilidade que rege a prática em questão e sua relação com a contribuição gerada no interesse comum. Dobscha, Prothero e McDonagh (2009) discutem as estratégias de descarte ou reuso de produtos dentro do tema de sustentabilidade. Os autores buscam apresentar tanto como os consumidores estão se articulando para essa redistribuição de “produtos e serviços

que não precisam mais ou parecem sem valor”, quanto como as empresas e organizações estão se engajando nestas causas dos canais de redistribuição e logística reversa.

Uma boa alternativa para identificar os tipos de práticas de consumo sustentável é através da pirâmide invertida da sustentabilidade (TIPS), proposta pelos autores acima referidos, que as classificam pela lógica dos “6 R’s” da sustentabilidade: recusar (*refuse*), reduzir (*reduce*), reutilizar (*reuse*), consertar (*repair*), redistribuir (*redistribute*) e reciclar (*recycle*).

Os 6 R’s surgem como uma evolução que transforma os 3 R’s (reduzir, reutilizar e reciclar), antes representados por um triângulo com pesos iguais, agregando fatores e colocando pesos das diferentes intensidades de cada ação (DOBSCHA et al, 2009). A pirâmide servirá de ferramenta para analisar algumas práticas de consumo sustentável, pois se trata de uma hierarquização das preferências comportamentais dos consumidores em relação a sustentabilidade de suas ações de consumo. A seguir, a breve definição de cada etapa da pirâmide:

- **Recusar e Reduzir:** nestas práticas são os consumidores repensando o papel do consumo nos seus hábitos diários em confronto com suas responsabilidades cívicas e ecológicas. É uma questão que surge antes do consumo em si e que coloca em dúvida a real necessidade de consumir ou da quantidade/intensidade desse consumo. A recusa ou o anticonsumo, de algum produto ou serviço, aporta significados poderosos do comportamento do consumidor, estando a escolha relacionada a diversos fatores (sustentáveis ou não) agregados ao longo de suas experiências e manipulações do produto (CONNOLLY e PROTHERO, 2003). As razões podem ser múltiplas, não necessariamente uma única, e possuir diferentes graus de consciência ou reconhecimento da parte do consumidor em recusar o consumo de um produto. De acordo com Portwood-Stacer (2012) o comportamento anticonsumo pode advir de cinco fontes motivacionais: por razões pessoais, morais, sociais, ativistas ou de identidade. As práticas de anticonsumo são cheias de significado que vão além dos efeitos imediatamente materiais (Portwood-Stacer, 2012). Da mesma forma, a redução não necessariamente está atrelada a um fator consciente de consumo sustentável, mas muitas vezes pode estar relacionada à economia, ou seja, ao “fazer mais com menos” para um melhor aproveitamento dos recursos. No entanto, essas duas classificações (recusar e reduzir) são as práticas menos aderidas pelos consumidores (GER e FONSECA, 2012). Na pesquisa de Connolly e Prothero (2003) os participantes não

associavam sua intensidade no nível de consumo com padrões de consumo sustentável e com a degradação do meio ambiente, e não cogitavam a recusa ou redução, apenas a escolha de práticas menor impacto ao meio ambiente.

- **Reusar:** uma prática um pouco mais comum em termos de produtos e que seguidamente é fomentada na criatividade doméstica. Os consumidores estão encontrando estratégias diferentes para reusar aqueles produtos que não servem mais na função específica pela qual foram adquiridos. Já o reuso de recursos, como a água, ainda é muito incipiente no cotidiano dos consumidores, sobretudo em razão da viabilidade estrutural dos domicílios e ambientes.
- **Consertar:** esta é uma prática que cada vez mais exige a consciência ambiental atrelada, já que com o ganho em escala na produção de alguns produtos, para a grande maioria dos consumidores compensa mais jogar fora e comprar um novo item. Os preços da compra de novo produto eletrônico, por exemplo, não raramente são mais acessíveis do que seu conserto. Sendo assim, por conveniência e benefício econômico, estabeleceu-se uma cultura do “jogar fora”, construída durante várias décadas na sociedade.
- **Redistribuir:** é uma das práticas que mais se popularizou nos últimos tempos entre consumidores, sobretudo viabilizada por canais virtuais de troca e venda de produtos. É como se fosse a modernização dos brechós, que aparecem como canais de troca/redistribuição de produtos entre consumidores que não usam mais um produto e aqueles que enxergam utilidade (por exemplo: *ebay*, *craigslist*, *freecycle*, *bomnegocio*, etc.). Dobscha, Prothero e McDonagh (2009) afirmam que muda a visão como consumidores enxergam o produto, não mais como lixo (por não servir mais para ele), mas sim como uma “nova vida” para outro consumidor, seja por novo espaço, função, ou somente para fazer alguém feliz. E o atestado disso é o sucesso do *ebay*, que conectou milhares de vendedores com consumidores criando um mercado virtual para aqueles que desejam destinar produtos que não querem mais, não precisam mais ou não podem mais possuir/pagar.
- **Reciclar:** é a prática mais popular porque é também a mais antiga, e já está em alguns aspectos inclusive embasada por legislação. Esta prática envolve duas abordagens, de descarte de produtos para a reciclagem (separação do lixo e cadeia de reciclagem) e a compra de produtos elaborados com materiais reciclados. Na pesquisa de Connolly e

Prothero (2003) os entrevistados mostraram grande predisposição para a reciclagem e para o consumo de produtos sustentáveis (produtos “verdes”).

Também é possível analisar as práticas de consumo sustentável classificando-as de acordo com seu nível de impacto em relação à sustentabilidade, sobretudo nas ações de consumo diário (GER; FONSECA, 2012). Outra classificação que pode ser utilizada é agrupar, separando as ações cotidianas realizadas sem muito pensar, mais “automáticas” na rotina, daquelas mais conscientes e com esforços além das práticas usuais.

Algumas práticas que podem ser analisadas pelo olhar de sustentabilidade entram nas macro-categorias: consumo alimentar (compra, preparo e disposição); separação e destinação do lixo; compra e utilização de produtos de limpeza; aquisição de roupas e utensílios e controle climático dos ambientes (calefação e ar condicionado).

Neste sentido, pode-se questionar: quais as práticas de consumo sustentável utilizadas no cotidiano das classes populares? Como entender os hábitos destes consumidores no seu processo de consumo com relação ao nível de sustentabilidade envolvido na ação?

Cada hábito de consumo de produtos, serviços e recursos deve ser entendido no contexto de vida dos consumidores e de suas necessidades diárias. Grande parte das práticas apresenta algum tipo de barreira para o consumo sustentável, seja porque exigem “mais” dos consumidores (mais dinheiro, mais tempo, mais recursos e mais envolvimento) ou pelo simples fato de apresentarem pouca percepção do benefício individual. Muitos problemas das questões ecológicas não são perceptíveis no dia-a-dia dos consumidores. Em linhas gerais, de acordo com Ger e Fonseca (2012) pode-se afirmar que alguns fatores que inibem o consumo sustentável são a busca por facilidade, rapidez, conveniência, conforto, liberdade e independência. Outros fatores são mais relacionados a influências culturais, ou seja, determinantes de uma lógica de práticas consideradas “normais/naturais” dentro do processo cotidiano de consumo dos recursos.

4.1.5 Motivações para o consumo sustentável

Para Solomon (2008), entender a motivação é entender “por que os consumidores fazem o que fazem”. Segundo o autor, a motivação ocorre quando uma necessidade é despertada, seja ela utilitária ou hedônica, e impulsiona o consumidor pelo desejo que é composto pela combinação de fatores pessoais e culturais.

Existem três abordagens que determinam o consumo sustentável (GER; FONSECA, 2012): a informação, a escolha do estilo de vida alternativo e os incentivos econômicos. A informação e o conhecimento dos impactos ambientais causados pelas práticas de consumo podem ser fatores influenciadores de práticas sustentáveis, porém ocorrem em menor intensidade de resposta. Diversos programas informativos são criados para engajar consumidores nas ações sustentáveis, porém o reflexo ainda é baixo. O estilo de vida é uma escolha do indivíduo dentro da combinação dos valores que compõem sua identidade. Esta abordagem será melhor explorada na seção do comportamento do consumidor. E os incentivos econômicos são maneiras de estimular empresa e consumidores no engajamento de práticas mais sustentáveis.

Os incentivos do governo e de empresas para o consumo sustentável surgem como uma alternativa de motivar os consumidores a escolherem e agirem de forma mais consciente e recompensar aqueles que já o fazem. Esses incentivos também podem ser um investimento estrutural que permita viabilizar certos processos e “caminhos” que proporcionem os meios de consumo sustentável. Por exemplo, a coleta seletiva de lixo, que depende da estrutura de coleta da cidade em questão.

Da parte das empresas, postos para coleta de pilhas, baterias ou óleo usado, são alguns exemplos de incentivo para o consumo sustentável. Outras medidas, não exatamente incentivos, já são praticadas em alguns países para forçar o consumo sustentável, como o uso quase que obrigatório das sacolas ecológicas (ou retornáveis), já que os supermercados não oferecem mais gratuitamente as sacolinhas plásticas para o condicionamento das compras.

Heiskanen e Pantzar (1997) questionam a real eficiência e a utilidade prática das técnicas de motivação para o consumo sustentável. Eles manifestam a crítica tanto em questão aos incentivos e programas, quanto através dos meios de propagar comportamento, como os “líderes de quarteirão/bairro” que servem de exemplo-referência na região específica em que habitam. No entanto, os autores não esquematizam nenhuma hipótese dos fatores motivacionais do consumidor em relação às práticas de consumo sustentável.

Já os autores Prothero, McDonagh e Dobscha (2010), apresentam um outro olhar sobre a motivação dos consumidores, em um quadro que relaciona o envolvimento do consumidor com a questão e a perspectiva motivacional que o influencia. Os autores cruzam as razões motivacionais dos consumidores para o engajamento no consumo sustentável com o nível de envolvimento dos indivíduos na ação (Figura 1).

Por esta visão, os consumidores teriam um comportamento de consumo sustentável motivado por razões individuais, locais e para seu próprio bem (micro) ou por razões mais globais de preocupação com os efeitos de consumo nas sociedades. Além disso, o envolvimento com as práticas de consumo sustentável pode ocorrer com o indivíduo no papel de cidadão com envolvimento público (em uma abordagem coletiva na qual ele está pensando em suas obrigações para com a sociedade e se coloca como parte do todo) ou no papel de consumidor com envolvimento privado (em uma abordagem individual na qual age em benefício de si próprio).

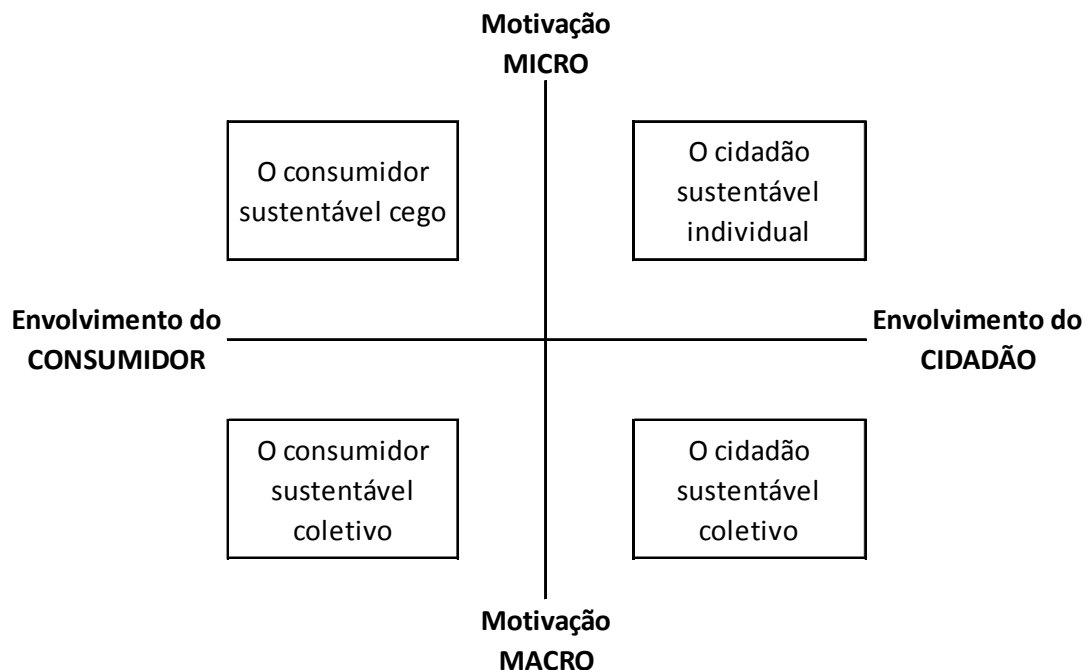


Figura 1 – Motivação x envolvimento dos consumidores

Adaptado de PROTHERO et al. (2010), p. 153

Deste cruzamento dos eixos de motivação e envolvimento derivam quatro perfis de consumo sustentável (PROTHERO et al., 2010):

- Consumidor cego: se engaja em práticas sustentáveis com motivação individual, por razões próprias e não ambientais ou coletivas. Exemplo deste tipo de comportamento é um consumo sustentável por razões econômicas, como redistribuição ou reuso de produtos para economizar dinheiro;
- Cidadão individual: pensa em buscar melhores circunstâncias ambientais porém para seu próprio bem; este pensamento ainda é individualista. Um exemplo de prática é o consumo de produtos orgânicos, que deve beneficiar sua saúde;

- Consumidor coletivo: engaja-se nas ações de consumo sustentável com uma amplitude de intenção maior, na qual abrange o bem dos outros indivíduos na sociedade e a sobrevivência do planeta no futuro. Como exemplo a escolha por carros híbridos.
- Cidadão coletivo: adotam práticas coletivas de consumo sustentável para o benefício comum de preservação ambiental. Sua diferença para os consumidores da divisão anterior recai no que tange ao reconhecimento de uma lógica paradigmática de mudança social condicionada à transformação na visão de mundo e predisposição de colaboração.

A partir destas classificações é possível buscar a compreensão dos tipos de motivação e engajamento com que os consumidores/cidadãos estão envolvidos em sua relação com o consumo sustentável. É interessante para esta pesquisa pois surgem as seguintes perguntas a serem exploradas: Qual a razão pela qual os consumidores se engajam no consumo sustentável? Seria por motivos ambientais, econômicos, de lazer, por interesse próprio ou comum (PROTHERO et al., 2010)? Como identificar “quando” e “onde” o consumo sustentável funciona (GER; FONSECA, 2012)? E será que ele funciona igual entre as diferentes classes sociais? É sobre as particularidades das práticas de consumo sustentável nas classes populares em que esta pesquisa terá seu foco de estudo.

4.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Para entender as práticas de consumo sustentável é preciso compreender e estudar o comportamento do consumidor, buscando sustentação teórica de estudos sobre esse agente que conduz o processo de consumo. O estudo do comportamento do consumidor não fica mais vinculado somente à área de marketing, mas permeia a antropologia, a sociologia e os estudos culturais (ARNOULD; THOMPSON, 2005; ROCHA; ROCHA, 2007). Nesta seção apresenta-se um breve embasamento teórico dos estudos do comportamento do consumidor com relação ao tema central e à abordagem deste trabalho.

4.2.1 Consumo, comportamento do consumidor e sua relação de significados

O conceito de consumo é variado, pois existem diversas áreas que definem o termo, como a economia, a sociologia ou a ecologia. Para Heiskanen e Pantzar (1997) o “consumo é a razão pela qual tudo é produzido”, e na visão econômica o consumo é visto com uma perspectiva funcional e utilitária para os produtos. Connolly e Prothero (2003) e Prothero, McDonagh e Dobscha (2010) definem o consumo como elemento central do paradigma social

dominante e apresentem o consumo como um valor de comunicação, que não fica estritamente atrelado à visão econômica.

Neste trabalho não se pretende aprofundar o conceito de consumo em si, mas sim a definição do comportamento do consumidor em relação ao seu processo de consumo. Para tanto, busca-se um olhar dos aspectos socioculturais, experimentais, simbólicos e ideológicos do consumo (ARNOULD; THOMPSON, 2005).

O ato de consumo é impregnado de significados que determinam e influenciam o processo de consumo dos indivíduos (ROCHA; ROCHA, 2007). Segundo os autores, o entendimento do comportamento do consumidor passou por uma revolução nas últimas décadas, saindo do pensamento do marketing que buscava explicar diferenças das práticas de marketing em diferentes povos ou “grupos exóticos” de consumidores, para um entendimento da essência do processo de consumo.

Nesta mesma perspectiva de conceito holístico dos significados das práticas de consumo, Connolly e Prothero (2003) entendem a definição de consumo como uma questão de manipulação de símbolos na construção de uma identidade e na construção de relações e papéis na sociedade. Assim, a compra está além do produto em si, pois os consumidores cada vez mais buscam uma imagem e significados para sua autodefinição.

Levy (1981) afirma que os produtos são usados de forma simbólica, e estudar seu uso é uma forma de entender o significado do produto em relação à vida de seus usuários. Ainda com um olhar da antropologia, McCracken (1986) manifesta que a questão do consumo está diretamente ligada à relatividade dos sistemas culturais, e não apenas relacionada com perspectivas absolutas da esfera biológica das “necessidades” ou da esfera psicológica dos “desejos”. O autor destaca que os consumidores se apropriam dos significados para definir questões como identidade, posição social, pertencimento a grupos e *status*.

Arnould e Thompson (2005) também afirmam que de acordo com a teoria da cultura do consumidor (*Consumer Culture Theory - CCT*) o comportamento do consumidor deve estudar as relações dinâmicas entre as ações dos consumidores, o mercado e o sistema de significados culturais. Dentro dessa perspectiva, o estudo abrange as experiências, significados e ações dos consumidores em seu processo de consumo.

Os autores Rocha e Rocha (2007) sintetizam o conceito de consumo em três partes: primeiro como um sistema de significação cuja principal necessidade social que supre é a necessidade simbólica; em seguida como um código através do qual é traduzida uma parte das

relações sociais e pelo qual são elaboradas experiências de subjetividade; e por fim com um código que forma um sistema de classificação de coisas e pessoas, produtos e serviços, indivíduos e grupos.

Neste trabalho, busca-se compreender o significado das práticas de consumo das classes populares com as lentes do consumo sustentável.

4.2.2 Padrões de consumo e estilo de vida

Existe um sistema de valores nas culturas que é composto por valores relativos, ou seja, os consumidores possuem valores que direcionam seu comportamento de consumo a partir da crença de que alguma condição é preferível a outra oposta (SOLOMON, 2008). É quando Arnould e Thompson (2005) afirmam que as culturas de mercado definem seus limites simbólicos através de uma oposição contínua das normas dos estilos de vida dominantes.

Não se trata apenas de uma “subcultura de consumo”, pois vai além da escolha de uma marca (SOLOMON, 2008); são padrões de consumo escolhidos por identificações coletivas de compartilhamento de crenças, valores, significados, rituais, práticas sociais e sistema de *status* (ARNOULD; THOMPSON, 2008). O estilo de vida das pessoas é formado pelo padrão de consumo, que reflete as escolhas da pessoa de gastar seu tempo e dinheiro. Mas mais do que isso, o estilo de vida é uma afirmação sobre “quem a pessoa é na sociedade e quem ela não é” (SOLOMON, 2008). São as escolhas e o comportamento de consumo que se assemelham formando a identidade de grupo.

Ger e Belk (1996) chamam atenção para a influência dos padrões globais de consumo que estão elevando as expectativas dos consumidores, sobretudo nas sociedades ocidentais. Os autores ainda manifestam que estas influências de consumo globais também estão relacionadas com o aumento de desigualdade social, polarização de classes, frustrações dos consumidores, stress, materialismo e ameaças à saúde e ao meio ambiente.

Mesmo que haja mudança nas crenças, atitudes ou valores, já se constatou que não necessariamente isto levará a uma mudança no estilo de vida do consumidor (HEISKANEN; PANTZAR, 1997). Nessa pesquisa não há intenção de mudar crenças nem valores, e muito menos transformar estilos de vida. O que se pretende é identificar onde estão os espaços para que ocorra o consumo sustentável no grupo de consumidores das classes populares.

Assim, entende-se que para este estudo os questionamentos que surgem nesta seção são: qual o padrão de consumo das classes populares? Quais são os valores associados a esse padrão de consumo?

4.2.3 Influências e mudança de atitude

No estudo do comportamento do consumidor também é possível analisar quais as influências que o consumidor sofre ao longo do processo de consumo, que aprendizados são gerados com elas e como eles se refletem em mudança de atitude. Para os estudos de consumo sustentável e aderência às práticas socioambientais, essas análises são importantes para que se entenda o comportamento e as escolhas do consumidor.

O grau de influência está condicionado ao valor e à relação que o consumidor tem com o que Solomon (2008) chama de fonte, ou seja, o influenciador. Palavras pronunciadas ou escritas por pessoas diferentes podem ter efeitos distintos e a característica do comunicador pode induzir o receptor da informação a alguma mudança de atitude. O autor afirma que a atratividade da fonte refere-se ao “valor social percebido” pelo consumidor, que pode emanar da aparência física da pessoa, de sua personalidade, de seu status social ou da sua semelhança com o receptor, e conclui dizendo que “gostamos de ouvir pessoas que são como nós” (SOLOMON, 2008). Assim surge espaço para as seguintes perguntas: quais seriam os aspectos e as personalidades influenciadoras no comportamento dos consumidores de classes populares? Como essa influência se reflete nas práticas de consumo sustentável?

Para Arnould e Thompson (2008), quando a teoria da cultura do consumidor é utilizada para o estudo dos padrões sociohistóricos de consumo, pode-se afirmar que as estruturas sociais influenciam no consumo sistematicamente, através das classes sociais, comunidades, etnias e gênero. Sabe-se (i.e. SOLOMON, 2008; LEVY, 1981; MCCRACKEN, 1986) que a hierarquia das classes sociais pode moldar as escolhas e o comportamento de consumo, mostrando que a influência dos padrões de consumo nesses grupos também ocorre em função de valores comuns de identidade social. Solomon (2008, p. 472) afirma que “a classe social de uma pessoa tem profundo impacto sobre o que ela faz com o dinheiro e sobre como as escolhas de consumo refletem seu lugar na sociedade”, mais uma vez relacionando a classe social com a identidade do consumidor.

4.3 CONSUMIDORES DE CLASSES POPULARES

E afinal, como é esse consumidor de classes populares? Qual o cenário brasileiro de consumo na ascendência dessa classe de baixa renda? Como o comportamento desse consumidor está sendo observado pelas pesquisas? Nesta seção pretende-se explorar o que se sabe sobre as características deste público consumidor, amparando na teoria os aspectos que serão aprofundados nesta pesquisa com viés do consumo sustentável.

As publicações nacionais e internacionais sobre o comportamento do consumidor de classes populares são incipientes na produção acadêmica de marketing (MATOSO, 2005; ROCHA; ROCHA, 2005). Além disso, o interesse em estudar este público é algo recente, tanto nos meios acadêmicos quanto nos gerenciais (CASTILHOS, 2007).

4.3.1 Definição e contexto socioeconômico das classes populares

A difícil mensuração das classes sociais advém da complexidade do conceito, que envolve inúmeros fatores (Solomon, 2008). Nesta seção busca-se situar o leitor na definição de classe social de baixa renda adotado para este trabalho e visualizar qual o cenário desta classe social hoje no Brasil. Antes de aprofundar o consumo nas classes populares, é preciso definir esta classe que também pode ser chamada de “classe baixa renda”, “pobres urbanos”, classe social “emergente”, “classe média baixa” ou classes “C –”, “D” e “E”. São diferentes nomenclaturas e também diversos critérios de classificação desta população, variando conforme a fonte.

De acordo com Castilhos (2007), o Brasil possui uma sociedade profundamente hierarquizada e desigual que permanece com barreiras sociais historicamente enraizadas e na qual o consumo se revela como poderoso mecanismo de diferenciação intraclasses. Segundo o relatório de do Programa das Nações Unidas para Assentamento Humano (ONU-habitat, 2012), dos países da América Latina, o Brasil é o quarto país com maior desigualdade na distribuição de renda. Apesar de ainda haver um desequilíbrio social grande no país, as desigualdades de renda têm apresentado uma tendência de redução que vem se consolidando, como mostra a pesquisa do IBGE (2009) que no período de 2001 a 2009 a razão entre a renda familiar per capita dos 20% mais ricos em relação aos 20% mais pobres passa de 24,3 para 17,8, representando um ganho de mais de 6 pontos percentuais na redução da desigualdade.

Ainda assim, de acordo com o IBGE (2009), 35,3% da população brasileira vive com renda per capita de até meio salário mínimo e no total são 60,1% da população com renda per capita de até um salário mínimo. Segundo a Secretaria de Assuntos Estratégicos (VALOR

ECONÔMICO, 2013) a classe média brasileira abrange as pessoas com renda *per capita* de R\$ 300,00 a R\$ 1.000,00, com três subdivisões de renda per capita: baixa classe média (R\$ 300,00 a R\$ 440,00) classe média (R\$ 440,00 a R\$ 640,00) e alta classe média (R\$ 640,00 a R\$ 1.000,00). Em 2012, o grupo populacional que se enquadra neste critério representou 54% da população, apontando um crescimento de 16 pontos percentuais em relação ao ano de 2001, quando representava 38%.

Em uma pesquisa da Datafolha (2011) sobre a nova classe média brasileira, ou classe C, o critério utilizado foi a renda familiar de R\$ 1.300,00 a R\$ 5.500,00 em uma família de 4 pessoas (326 a 1.400 por pessoa). A pesquisa mostrou que, de 2002 para 2010, 40 milhões de pessoas subiram das classes D e E para esta classe C, aumentando em 38% esse grupo populacional. A renda dos novos entrantes subiu 62% neste período.

Assim, fica evidente a representatividade da classe social a ser estudada neste trabalho. Além disso, o crescimento econômico brasileiro se reflete em aumento do poder de consumo ainda mais acentuado neste extrato da população. Na perspectiva macro nota-se uma estabilidade econômica com reconhecimento internacional e a consolidação industrial e mercadológica do país, enquanto que na perspectiva micro o poder de compra e consumo aumenta, assim como o acesso a novos estilos de vida.

Outro fator que influenciou o aumento da renda nas classes mais baixas da população foram os incentivos governamentais, através da expansão de programas de transferência de renda como o Bolsa Família, o Benefício de Prestação Continuada da Assistência Social - BPC-LOAS, que contribuem para uma redistribuição interna entre as diversas partes componentes do rendimento familiar total (IBGE, 2009). Em razão disso, além dos rendimentos de trabalho, aposentadoria e pensões, a população mais pobre passou a contar com um aumento significativo das chamadas “outras fontes”. Como consequência do aumento de renda nas classes populares, este público consumidor, agora com melhor poder aquisitivo, passa a escolher o que compra.

Relacionando as classes sociais com o consumo, Castilhos (2007) apresenta uma análise dos estudos do comportamento de consumo com classes sociais, agrupando as características dos consumidores de diferentes classes sociais em relação a alguns campos de estudo (Quadro 1).

Características	Classe Social		
	Baixa	Média	Alta
Visão de Mundo	"Paroquial"; Orientados para a família; nacionalista	Buscam conformidade; Individualistas; hedonistas	Descontínua: de conservadora à contracultural
Horizonte / Conexões sociais	Local; Estreito	Nacional; Média	Internacional; Ampla
Crítérios de Escolha	Funcionalidade; Utilidade	→	Expressão; Estilo; Subjetividade
Marcas	Funcionais	O que é popular	De prestígio
Capital Cultural	Baixo	Baixo; Médio; Alto	Alto
Tipo de Pensamento	Concreto	→	Abstrato
Orientação Temporal	Restrita	→	Ampla
Lazer	Autotélico; poucas atividades fora de casa	Ênfase na casa	Auto-expressão; frequência a teatros e museus
Lealdade a Marcas	Sim, consideram poucas alternativas	Não, consideram muitas alternativas; tendência de troca pela mais barata	No curto prazo, possibilidade de troca pelo preço mais alto

Quadro 1 – Características dos consumidores em suas classes sociais

Adaptado de CASTILHOS, 2007, p. 59.

E como se enquadram esses consumidores de classes populares? Os estudos anteriores (CASTILHOS, 2007; MATOSO, 2005) apresentam que a classe média brasileira tem significativa preocupação em não ser confundida com classe baixa e ao mesmo tempo busca assemelhar seu consumo ao universo simbólico da classe alta. Como Solomon (2008) afirma, na verdade os indivíduos podem consumir influenciados por condições sociais e as pessoas buscam uma projeção do que são ou gostariam de ser na sociedade, composta por valores de afirmação ou contradição em relação às outras classes.

4.3.2 Práticas de consumo das classes populares

O estudo de Castilhos (2007) sobre o comportamento do consumidor foi focado em uma população pobre urbana na cidade de Porto Alegre, e por esse motivo se assemelha muito com o público alvo deste trabalho. Sendo assim, muitos resultados desta pesquisa servirão de apoio para a compreensão do papel de consumo deste segmento da população, porém lembrando que neste trabalho serão observadas as práticas de consumo com o olhar da sustentabilidade.

Nos termos das práticas de consumo em geral das classes populares, nos resultados da pesquisa de Castilhos (2007) observam-se cinco definições:

- Domicílio: a casa é vista como um bem de grande importância e quando há alguma disponibilidade de dinheiro para investir normalmente é direcionado para o lar;
- Objetos: os produtos eletrônicos relacionam os consumidores com a sociedade de consumo, mas grande parte ainda é inacessível, enquanto os móveis e eletrodomésticos são vistos como facilidades para organizar a vida doméstica e incrementar o desempenho dos papéis femininos no lar;
- Vestuário: repleto de significados, as roupas e objetos representam uma “oposição” entre os “pobre-pobres” e os ricos;
- Marcas com papel de potencializar significados em cada categoria de consumo;
- Crédito: principal meio de aquisição de produtos e serviços, viabilizando o aumento do consumo nesta classe social.

Neste estudo, vamos buscar identificar as práticas de consumo das comunidades estudadas dentro das definições acima e verificar qual a sua relação com o nível de sustentabilidade envolvido. Em outras palavras, é entender o consumo da classe popular com as lentes da sustentabilidade, analisando seus estímulos e barreiras.

4.3.3 Consumo sustentável nas classes populares

Especificamente sobre o consumo sustentável nas classes populares muito pouco foi pesquisado, pois as questões socioambientais ainda possuem discussão elitizada e pouco acessível às classes populares.

Sabe-se que um dos maiores motivos de aderência à algumas práticas sustentáveis nas classes populares não está diretamente relacionada à conscientização, mas sim ao critério econômico. Assim como as empresas se motivam pelo retorno financeiro de seus projetos sustentáveis, e com diminuição de riscos de escassez de recursos pela menor dependência deles, os consumidores – sobretudo de classes populares – também podem ser motivados pela economia. Este público normalmente não é tão vinculado à comodidade e à conveniência, que são duas barreiras notáveis nas práticas de consumo sustentável.

No Brasil, por exemplo, existe um programa do governo - Cadastro Único para Programas Sociais do Governo – que beneficia o público de baixa renda. Dentre os programas, há um desconto da conta de luz que vai até 65% para aqueles com renda per capita de até meio salário mínimo, cujo benefício varia conforme o consumo de energia, com limite de até 220 kWh por mês. Assim, quanto menos energia consumir maior será o seu desconto na conta: 65% para consumo mensal de até 30 kWh; 40% para consumo mensal de 31 kWh a

100 kWh e 10% para consumo mensal de 101 kWh a 220 kWh. Este programa seria um incentivo ao público de classes populares para a economia de recursos naturais.

Por outro lado, ainda sobre o consumo de energia, Heiskanen e Pantzar (1997) constatam que as atitudes, valores e consciência tem menor importância de impacto ambiental do que a estrutura da casa. Nesse aspecto, a sensibilidade ao preço do uso energia seria uma medida de menor valor perto da estrutura domiciliar.

De acordo com o estudo de Ger e Fonseca (2012), as práticas de consumo sustentável devem ser vistas e colocadas de maneira “divertida, fashion, prazerosa e criativa” para fazerem parte da cultura popular. É preciso que se entendam os estímulos específicos deste público e qual o papel que possuem nas práticas de consumo cotidianas. Como será a estrutura domiciliar destas famílias de baixa renda? Quais são os espaços e obstáculos para o consumo sustentável nestes lares? São questões que pretendem ser esclarecidas ao longo desta pesquisa.

5 METODOLOGIA

O capítulo anterior criou um alicerce que fundamenta esta pesquisa nos estudos já publicados sobre os temas que envolvem a problemática central deste trabalho. Ao longo do capítulo foram colocadas alguns questionamentos ainda não resolvidos no contexto específico da classe social de classes populares brasileiras com as lentes do consumo sustentável. A seguir, apresenta-se o método e as técnicas utilizadas para o alcance dos resultados direcionados a atingir os objetivos desta pesquisa.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa tem caráter qualitativo amparado em abordagem interpretativista com intuito de entender as práticas de consumo sustentáveis ou não, exercidas pelo público de classes populares. De acordo com Levy (1981) o enfoque interpretativo possibilita ao pesquisador relacionar e compreender os dados ao invés de simplesmente aceitá-los. Godoi et al. (2006) também afirmam que os métodos qualitativos e interpretativos são preferíveis para a obtenção de conhecimento intersubjetivo, descritivo e compreensivo. A teoria interpretativista permite analisar o significado do consumo dos produtos em relação à vida do usuário (ROCHA; ROCHA, 2007) e levou o pesquisador a entender os hábitos, sentimentos, experiências dos consumidores, bem como as percepções das práticas de consumo na sua relação com a sustentabilidade (CONNOLLY; PROTHERO, 2003).

De acordo com Rocha e Rocha (2007), na estratégia interpretativista os grupos de consumo selecionados para o estudo devem ser claramente delimitados, identificando-se suas fronteiras culturais e experiências comuns. Nesta pesquisa, o interesse está em estudar as práticas de consumo no contexto das classes sociais populares. Considera-se como ‘classes populares’ a população classificada nas classes C-, D e E, agrupadas na base da pirâmide em um nível abaixo da classe média.

Na orientação metodológica desta pesquisa não houve intenção de estudar uma população específica de um território físico, ou seja, de uma única região ou comunidade. Para tanto, os participantes deste estudo exploratório foram informantes de diferentes comunidades de baixa renda da região de Porto Alegre e da Grande Porto Alegre, especificadas a seguir.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DAS UNIDADES DE ANÁLISE

Diferentes comunidades foram escolhidas no intuito de favorecer um olhar mais transversal sobre o objetivo de pesquisa no público foco de interesse. Sendo assim, cinco comunidades foram visitadas e analisadas para o estudo exploratório, três na cidade de Porto Alegre (Campo da Tuca, Morro da Cruz e Rubem Berta) e duas na região metropolitana de Porto Alegre (Mathias Velho na cidade de Canoas e Esmeralda na cidade de Viamão). Abaixo alguns dados geográficos de cada uma das regiões (Tabela 1).

Tabela 1 – Informação populacional das comunidades visitadas

Comunidade	População	Domicílios
Campo da Tuca	71.041	21.431
Morro da Cruz	60.102	25.343
Rubem Berta	104.043	35.346
Mathias Velho (Canoas)	67.228	20.838
Esmeralda (Viamão)	73.218	21.405

Fonte: IBGE, 2010

5.3 COLETA DE DADOS

5.3.1 Acesso aos informantes

Devido ao grande número de comunidades com perfil de classes populares, o ponto crucial para a escolha das comunidades foi o acesso aos lares da população do local. Para uma integração rápida e intensa, foi fundamental entrar nas comunidades por meio de um informante-chave que tivesse fortes referências com alguma liderança na comunidade.

Estes informantes-chave foram fundamentais para o conhecimento da comunidade e no auxílio dos contatos iniciais para a construção de relacionamentos. Em seguida, uma vez que o pesquisador obtinha a abertura de alguns contatos, os próprios informantes convidavam a conhecer os lares e também indicavam outros informantes da comunidade para participar, normalmente vizinhos. No entanto, é importante ressaltar que o pesquisador não foi identificado como participante de nenhuma entidade (ONG, escola ou projeto), sendo apenas

um universitário solicitando voluntários para participar de uma pesquisa acadêmica. A seguir uma breve descrição do acesso de entrada nas comunidades com essas pessoas essenciais no contato e integração em cada ambiente de pesquisa em campo.

- **Campo da Tuca (Porto Alegre):**

O contato e a integração na comunidade foram através da Rosângela, moradora da comunidade e líder há 21 anos do Galpão de Reciclagem da Tuca. Ela também é responsável pela ONG ACCAT e tem diversos projetos de interação com a Escola Municipal de Educação Infantil Campo da Tuca. O primeiro contato do pesquisador na comunidade foi combinado com a Rosângela para participar como voluntário em uma ação comunitária de almoço para as crianças da comunidade. A ação ocorreu em um sábado e resultou na produção e distribuição de dois mil cachorro-quentes, além de música e animação na rua em frente à escola municipal.

Nesse primeiro contato, já foi possível se localizar na comunidade, perceber o ambiente e identificar alguns traços do perfil de público envolvido na pesquisa. Rosângela fez questão de apresentar o pesquisador a várias mulheres habitantes da comunidade que estavam ajudando na organização do evento e aproveitou para avisar que iríamos visitar os lares para contribuir com esta pesquisa. Todas as apresentações e conversas foram feitas na cozinha, no ambiente em que elas estavam confortáveis, e esta informalidade ajudou na integração. Desde este primeiro contato, o pesquisador despiu-se de sua origem e penetrou na comunidade como se fosse integrante nativo, aceitando participar das atividades e diálogos.

Evidente que barreiras existiram e algumas permaneceram do início ao fim da pesquisa; porém, com muita humildade, ao longo do tempo o contato foi se aproximando e começou a fazer parte daquele ambiente nas visitas frequentes. Em todas as visitas o ponto de encontro com Rosângela era no galpão de reciclagem, na rua D, ou em frente à escola que fica ao lado do campo. Rosângela é uma liderança com voz ativa na comunidade, envolvida em diversos projetos; ela conhece a todos na região e possibilitou o acesso ao galpão, à escola e aos lares.

Rosângela também é *expert* no processo de reciclagem do galpão, onde trabalha há mais de duas décadas e já empregou muita gente da comunidade no local. Observou-se que ela também é referência para qualquer apoio ou ajuda que as famílias precisem em relação a diversos problemas em que se envolvam, sobretudo daquelas que trabalham no galpão. Em consequência, muitos possuem um sentimento de gratidão e respeito para com ela. Rosângela

apresentou o pesquisador a diversas pessoas, estabelecendo o contato e acompanhando com muita receptividade as entrevistas.

Mesmo com o apoio e auxílio desta liderança como informante-chave, inicialmente foi muito difícil conseguir a naturalidade no diálogo dos informantes, pois muitos ficavam tímidos nas entrevistas e outro inclusive resistentes. Como estratégia para buscar entender o dia a dia deles, se aproximar do público entrevistado e captar informações pela pesquisa observatória participante, o pesquisador também passou por todas as etapas do processo de separação atuando junto com a equipe: acompanhando os garis descarregando o lixo, a separação do lixo nas esteiras junto com as catadoras, a prensagem dos materiais, a elaboração dos fardos e a entrega para os caminhões de coleta. Assim, o pesquisador conseguiu conquistar a atenção e a receptividade dos informantes e finalizou a pesquisa nesta comunidade oferecendo, e cozinhando, um almoço no galpão de reciclagem como agradecimento pela acolhida.

- **Morro da Cruz (Porto Alegre):**

Nesta comunidade o ponto de contato foi através de uma professora de nutrição que trabalhou durante sete anos no Posto de Saúde público do Morro da Cruz, e ao longo deste tempo conheceu e se envolveu com muitas famílias e atividades da comunidade com quem mantém vínculos até hoje. A primeira vez que o pesquisador visitou a comunidade foi com ela, que no caminho confessou que não tinha tido tempo de ligar para ninguém para avisar que estavam subindo. No entanto, logo no início da subida na rua central, a professora parou o carro no meio da lombada assim que encontra uma de suas amigas da comunidade que estava aguardando o ônibus na parada. A mulher, com muito carinho e emoção, abraça a professora pela janela e fica no meio da rua ‘batendo papo’ e atualizando as novidades da comunidade. As duas falam de várias pessoas, citam vários nomes, acabam baixando a voz em certos momentos da conversa para algum comentário confidencial. Ambas dão muitas risadas. Por fim, ela desiste de pegar o ônibus e entra no carro da professora para acompanhar a visita.

A professora auxiliou na introdução a importantes informantes da comunidade, inclusive apresentando o pesquisador como “sobrinha” para que a abertura fosse ainda maior. Ela conduziu a apresentação no posto de saúde, na associação e na oficina da D. Aninha, solicitando que os informantes auxiliassem com contatos de lares que pudessem ser visitados.

- **Rubem Berta e Nova Dique (Porto Alegre):**

Nesta comunidade o contato foi através de Fernanda, uma educadora da ONG Acompar que fica no bairro Rubem Berta, no qual ela habita e trabalha desde que nasceu. Na associação, Fernanda trabalha com adolescentes de 14 a 25 anos da comunidade que se inscrevem em cursos gratuitos para profissionalização de jovens.

Nas visitas, Fernanda acompanhou o pesquisador pelo bairro e caminhando foram passando em alguns lares que ela conhecia pertencentes a famílias de alunos. Descendo a pé, chegou-se no bairro Nova Dique, que fica na divisa com Rubem Berta um pouco mais abaixo, onde muitos moradores foram receptivos às entrevistas dentro dos lares. Não há campanha nas casas e o hábito para chamar é bater palmas. Janelas e portas ficam abertas, protegidas pelas grades, e na maioria das vezes os moradores estão nos fundos do lar, demorando algum tempo para vir abrir a grade.

- **Mathias Velho (Canoas):**

Em Canoas, o contato iniciou a partir da diretora da ONG Dr. Martinho Lutero e Escola Comunitária Martin Lutero, Cátia, que muito bem recebeu o pesquisador para encaminhá-lo ao bairro mais carente da cidade, Mathias Velho. Para isso, ela apresentou o pesquisador para Jair, o diretor da Escola Comunitária Mathias Velho, que fica em uma das comunidades foco deste estudo. O diretor acompanhou o pesquisador a pé por todo bairro, visitando os lares e solicitando aos moradores abertura para contribuir com a pesquisa “de sua grande amiga”.

Muito carismático e conhecido de todos na comunidade, Jair cumprimentava a todos nas ruas e as crianças que passavam por ele abriam um sorriso e gritavam “bom dia, diretor!”. Ele conhece e conta um pouco da história de cada família visitada, influência de sua posição na escola e da referência que possui dentro da comunidade. Os entrevistados ficavam tímidos e não paravam de se desculpar pela estrutura das casas para “receber a visita” do pesquisador para as entrevistas. No entanto, com a confiança do diretor, eles não se importaram em interromper suas tarefas para a conversa e também permitiram com tranquilidade o registro fotográfico dos lares, inclusive solicitando que fossem tiradas fotos dos filhos.

- **Esmeralda (Viamão):**

Na última comunidade, o contato chave que possibilitou acesso aos lares dos entrevistados foi Vitória, moradora da comunidade que nasceu e se criou no bairro Esmeralda, mas trabalha em Porto Alegre como doméstica de uma residência conhecida do pesquisador.

Ela fez questão de levá-lo na comunidade e acompanhá-lo nas residências de suas vizinhas para as entrevistas.

A coleta de dados em campo ocorreu ao longo de quatro meses, no período de maio a agosto de 2013, por meio de visitas nas comunidades envolvidas citadas acima. O tempo de permanência em campo, bem como o número de entrevistas realizado em cada comunidade, foram definidos ao longo da pesquisa de acordo com as necessidades. Estas variáveis foram estendidas o suficiente para que a coleta de evidências tivesse repetições e permitisse uma interpretação bem sustentada de informações das vivências e interações realizadas nos locais. As técnicas utilizadas para compreender e interpretar o público alvo da pesquisa foram entrevistas em profundidade, observação participante e fotoetnografia, e serão descritas na sequência.

5.3.2 Entrevistas em profundidade

Inicialmente, as entrevistas foram exploratórias com alguns participantes, para que fosse possível obter uma compreensão geral do contexto dos indivíduos e encontrar caminhos para a naturalidade buscada no diálogo. Em seguida, ocorreu a expansão das entrevistas em profundidade nos lares, de forma aberta e informal, com o pesquisador conduzindo e direcionando o entrevistado a explorar os assuntos relevantes para esta pesquisa.

No total foram 38 visitas às comunidades, conforme detalha o quadro 2, com tempo médio 6 horas em cada visita. Entretanto o tempo das visitas variou dependendo do local, do objetivo da visita naquele dia e do acesso aos informantes.

Comunidade	Visitas
Campo da Tuca (Porto alegre)	12
Morro da Cruz (Porto alegre)	10
Rubem Berta / Dique (Porto alegre)	6
Mathias Velho (Canoas)	6
Esmeralda (Viamão)	4
TOTAL	38

Quadro 2 – Quantidade de visitas nas comunidades estudadas

Elaborado pelo pesquisador, 2014

A partir das visitas foi possível obter-se 27 entrevistas, as quais foram transcritas em 62 páginas, detalhadas no quadro abaixo (Quadro 3). No entanto, as visitas não tiveram foco exclusivo nas entrevistas, e por isso não foram realizadas entrevistas em todas as visitas, algumas ficaram focadas em pesquisa observatória e em atividades de integração e interação com a comunidade.

Comunidade	Entrevistados	Entrevistas	Págs. de transcrição
Campo da Tuca	Mariana, Fábio, Rosângela, Marilene, Lucineia e Wellinton	6	18
Morro da Cruz	Luci, Evinha, Lenita e Maria	4	16
Rubem Berta e Vila Dique	Irene, Luiza, Marcela, Murilo e Vitória	5	9
Mathias Velho	Vera, Susana, Thais, Luciana e Luana	5	9
Esmeralda	Vanessa, Margarida, Sandra e Luiz	4	10
TOTAL		24	62

Quadro 3 – Detalhamento das entrevistas realizadas por comunidade

Elaborado pelo pesquisador, 2014

O público entrevistado foi majoritariamente mulheres, normalmente mães que estavam cuidando dos filhos em casa durante o dia ou aposentadas. As entrevistas nos lares tiveram um tempo médio de 50 minutos, mas também houve bastante variação de acordo com a receptividade da pessoa e da predisposição em participar da pesquisa. A seguir descreve-se um pouco do perfil e contexto de cada entrevistado, e busca-se contextualizar o leitor nas rotinas cotidianas desse grupo pesquisado. Os detalhes e trechos dos diálogos serão apresentados nos resultados.

- **Campo da Tuca**

- 1) Mariana: 42 anos e tem uma filha de 7 anos. Mora com o marido e a filha. Trabalha como empregada doméstica no bairro Mont Serrat, o marido é serralheiro. A filha estuda de manhã na Escola Martins Costa Junior, está no 1º ano e fica lá das 7h às 12h. À tarde, a partir das 13h, ela vai para o SASI, um programa que prevê atividades para crianças de 7 a 15 anos, enquanto os pais trabalham. Mariana chega em casa do trabalho pelas 20h e o

marido pelas 18h30. É a irmã dela (cozinheira da escola) que busca a filha na escola e leva para a casa.

- 2) Fábio: 22 anos, não possui filhos e é casado. Ele trabalha na escola municipal Campo da Tuca com educação infantil (até 6 anos) e também ajuda na secretaria e sua esposa trabalha como recepcionista na Caixa Econômica Federal.
- 3) Rosângela: 46 anos, tem 4 filhos, 3 já são casadas e ela já tem 4 netos. A filha menor é o “bebê” de 15 anos que ainda mora com ela, mas já tem namorado. Os outros filhos também moram na comunidade, dois no mesmo terreno da casa de Rosângela, que afirma: “o pátio é grande, sempre dá pra dividir um canto para cada um”. Esse ponto foi explorado na pesquisa e é discutido no capítulo de resultados. Ela dirige o galpão de reciclagem do Campo da Tuca e também é líder da ONG ACCAT em interação com a escola municipal do Campo da Tuca. Trabalha em diversos projetos e é muito influente na comunidade, pois já empregou e ajudou muita gente com necessidade no galpão e na escola. Ela consegue parcerias com empresas, monta eventos para a comunidade e conhece todo mundo. Possui voz de liderança, sabe dizer ‘não’ e se posicionar frente a qualquer um, não tem medo e é dona de uma luta de anos para que o galpão cresça e seja cada vez melhor para proporcionar trabalho “árido e pesado, é verdade, mas digno”.

Os demais entrevistados no Campo da Tuca trabalham no galpão de reciclagem e inicialmente foram muito resistentes a conceder entrevistas. Envergonhados, tímidos e discretos, se sentiam desconfiados com a solicitação de Rosângela para participarem das entrevistas, porém quando ela afirma que é importante e pedem que se revezem nas funções para fazer intervalo de 30 minutinhos “sem desconto no banco de horas” eles aceitam. No começo são poucas palavras, respostas diretas e não aprofundam os assuntos, mas com o tempo e a condução do diálogo foram se soltando.

- 4) Marilene: chamada por todos do galpão de “Cilene”, tem 33 anos e 4 filhos, sendo duas meninas e dois meninos. É a catadora mais antiga, já conhece tudo, sempre fecha as horas do mês e ganha os melhores salários em função da disciplina e dedicação nas horas trabalhadas. Conhece em detalhes todo o processo de reciclagem e se orgulha do trabalho.
- 5) Lucineia: tem 36 anos e 3 filhos. Ela possui o papel de limpar o galpão e organizar tudo o que fica fora do lugar. Fala pouco, mas quando criou confiança acabou contando e reclamando de outros assuntos, talvez na esperança de receber uma ajuda do pesquisador para resolver seus problemas financeiros e de estrutura do lar.

- 6) Maicon: 18 anos, tem 1 filho de 1 ano e mora na casa com a mãe, padrasto e irmã. Ele trabalha há 8 meses no galpão e fica quase todo tempo no manuseio e transporte dos tonéis, pois é jovem e suporta o peso dos carregamentos diários. Ele iniciou o trabalho no galpão para poder ganhar dinheiro para sustentar o filho.

Nos dias das visitas não havia vinte pessoas trabalhando, porque, segundo Rosângela, todo dia falta alguém por diferentes motivos e alguns acabam não ficando o dia todo no galpão. Por essa razão os trabalhadores recebem por hora trabalhada e o grupo se controla pelo ponto que é anotado inclusive no tempo de intervalos, em uma iniciativa que busca deixar justo para todos. “Quem tem mais presença, tem mais horas e por isso ganha mais”, afirma Marilene. A carga horária de trabalho, se cumprida corretamente, vai de segunda a sexta das 8h às 12h e das 13h às 18h e sábados até às 16h.

- **Morro da Cruz**

- 1) Luci: Conhecida como “Dona Luci”, ela é a liderança da Associação Comunitária Morro da Cruz e no local trabalha com a organização de brechós, oficinas de artesanato, galletos comunitários e aluguel de salão para festas. A senhora de aproximadamente 70 anos, tem três filhos: dois que já são casados e moram em suas casas na comunidade e uma menina que é portadora de necessidades especiais e mora com ela. Ela mora na parte mais humilde da comunidade, em uma ruela que é um beco perigoso para quem não é da comunidade. Sua casa é totalmente frágil, construída com remendos de restos de materiais como madeira, papelão, plásticos e algumas pedras e cimento. Ela sempre trabalhou muito para sustentar a filha e ajudar a todos na comunidade, e por isso ganhou respeito e carinho junto aos habitantes do morro.

“A minha casa é a última da rua, fica bem ao fundo e para chegar lá só quem é conhecido, porque ali rola muita coisa ruim... Eles não mexem comigo porque já me conhecem e respeitam a mim e a minha filha, mas também não nos metemos no negócio deles” – D. Luci, Morro da Cruz.

- 2) Lenita: moradora da comunidade trabalha com doméstica em bairro nobre de Porto Alegre. Frequenta a associação com assiduidade e gosta de se voluntariar para ajudar na organização de festas e eventos comunitários na comunidade através da associação. É amiga da professora que introduziu o pesquisador na comunidade e aceitou participar da pesquisa. Também conversou e interagiu em outras visitas quando a associação estava aberta com brechó funcionando.

- 3) Eva: na comunidade é conhecida carinhosamente como “Dona Aninha”, uma senhora que lidera um trabalho de artesanato e costura com aproveitamento de materiais reciclados há mais de vinte anos. Muito enérgica e criativa, fica muito empolgada em mostrar a oficina, contar a sua história e mostrar os trabalhos armazenados. Convida o pesquisador a participar das sessões de oficinas nas quintas-feiras e integra-o no trabalho. Já no primeiro encontro ela mostra ao pesquisador o álbum de fotos do histórico da oficina, com os vestidos e artesanatos que as participantes fizeram e o registro da exposição em feiras e desfiles de moda.
- 4) Maria: é a nutricionista do posto de saúde do Morro da Cruz que trabalha junto a uma equipe jovem de médicos, residentes e enfermeiros. Ela está sempre envolvida em atendimento durante o dia, mas conta que sempre sobra tempo para os projetos sociais fundados por equipes anteriores, como a da professora que introduziu o pesquisador na comunidade.

- **Rubem Berta**

- 1) Irene: 58 anos, aposentada e viúva. Mora com 4 pessoas na casa, mas depois conta que na verdade são duas casas, que apenas o filho mora com ela e a filha com o marido habitam em uma casa “nos fundos” do mesmo terreno. Sua renda vem da aposentadoria e da contribuição dos filhos com os custos da casa. Gosta de cozinhar, cuidar do lar e de fazer as coisas para os filhos.
- 2) Luiza: tem 45 anos, trabalha apenas no turno da tarde ajudando no mercado e padaria perto de sua casa. Mora com marido e filho e passa bastante tempo em casa.
- 3) Marcela: tem 54 anos, mora com o marido e filha. Não trabalha, pois cuida da filha que é especial, então passa seus dias na comunidade cuidando do lar e conversando com as vizinhas.
- 4) Murilo: 65 anos, aposentado, mora com a esposa de 57 anos também aposentada. Os filhos moram em outros terrenos também da comunidade e ajudam os pais com o que podem.
- 5) Vitória: vice-presidente do galpão de reciclagem da Vila Dique mostrou os processos do galpão de reciclagem, sempre conviveu com esse trabalho e mora na comunidade desde a fundação.

- **Mathias Velho (Canoas):**

- 1) Vera: com 31 anos, tem quatro filhos (três meninas e um menino) e é dona de casa, pois não tem quem deixar os filhos. Seu marido é pedreiro e trabalha o dia todo fora da comunidade. Na casa, possui geladeira e televisão, porém não tem camas para

todos os filhos e um dorme no sofá enquanto outro fica em um colchonete no chão. A casa foi construída pelo marido, tem paredes de tijolo, mas está em região proibida pelo governo, pois fica em área de alta tensão.

- 2) Susana: também tem 31 anos, porém com oito filhos e assim como D. Vera também passa seus dias em casa cuidando das crianças. De duas a três vezes por semana costuma ir à escola ajudar a varrer o pátio e realizar outras atividades. Na casa possui geladeira, fogão com apenas duas bocas funcionando e 2 televisões. Também não tem camas para todos, e as crianças de revezam entre cama, sofá e no chão (em cima de cobertas dobradas). A estrutura da casa é precária, feita de madeira, com grandes frestas entre as tábuas. O chão é todo de cimento inacabado e os móveis estão em condições avançadas de uso.
- 3) Thais: tem 32 anos, nove filhos, é dona de casa e também fica cuidando dos filhos durante o dia. Gosta de lavar e limpar a casa e se distrai com algumas atividades da escola, quando consegue levar todas as crianças. Estava lavando roupas quando ocorreu a visita em seu lar.
- 4) Luciana: com 32 anos, duas filhas, mora com marido no terreno atrás da casa de sua mãe. Trabalha como doméstica em outro bairro de Canoas e estava de férias no período da entrevista, dedicando-se à limpeza de seu lar.
- 5) Luana: tem 26 anos, possui três filhos, trabalha na limpeza de um restaurante no Mercado Público e estava de folga no dia da visita. Mora com os filhos e o marido, e estava lavando roupa quando chegamos para visitar.

• **Esmeralda (Viamão)**

- 1) Vanessa: 36 anos, mãe de quatro filhos, tem a rotina de deixar o mais novo no colégio próximo de sua residência e depois pegar dois ônibus adicionados a um trecho a pé para chegar ao trabalho, na função de doméstica no bairro Bela Vista em Porto Alegre.
- 2) Margarida: 33 anos, duas filhas e pega dois ônibus para ir trabalhar como doméstica no bairro Moinhos de Vento em Porto Alegre.
- 3) Sandra: 59 anos, mãe de nove filhos, hoje é aposentada e ajuda os filhos nas tarefas cotidianas de limpeza do lar, pois três habitam em casas no mesmo terreno de sua residência.
- 4) Luiz: 30 anos, pai de três filhos. Cuida dos filhos na parte da manhã e trabalha como motorista de ônibus no turno da tarde.

5.3.3 Observação participante

As entrevistas foram realizadas preferencialmente nos lares dos entrevistados para que houvesse maior amplitude dos valores relacionados ao diálogo. No entanto, algumas foram realizadas em ambientes das entidades, como o galpão de reciclagem, a associação ou a escola da comunidade, pela facilidade do acesso e por também se tratarem de locais importantes para o contexto da pesquisa.

Utilizou-se a técnica do diário de campo para registro de observações durante a imersão no contexto selecionado e melhor aproveitamento de todas as informações evidenciadas durante as visitas aos domicílios. Neste momento, o objetivo foi vivenciar o cotidiano como parte do grupo, investigar detalhes, captar informações culturais e realizar um relato de práticas sociais no foco da pesquisa (ROCHA; ROCHA, 2007). Nem todas as observações foram aproveitadas nos resultados da pesquisa, assim como os relatos, pois se concentrou naqueles que correspondem ao foco dos objetivos da pesquisa.

5.3.4 Fotoetnografia

A técnica de fotoetnografia (solicitação de permissão registro de fotos) foi utilizada pelo pesquisador neste estudo para ilustrar as práticas de consumo domiciliares em relação ao nível de sustentabilidade envolvido observado ou relatado durante as visitas. A intenção foi aprofundar a interpretação da coleta de dados das entrevistas e observações do pesquisador através das imagens registradas. De acordo com Heisley e Levy (1991) o uso de fotografias e as gravações de áudio enriquecem as entrevistas e auxiliam o pesquisador na análise interpretativa, possibilitando a observação qualitativa de detalhes não captados ao longo da entrevista.

Alguns entrevistados foram mais resistentes à permissão de fotografias de suas residências, mas a grande maioria aceitou a ação como parte da pesquisa e permitiu a utilização neste trabalho. Na comunidade Mathias Velho algumas mães inclusive solicitaram que os filhos fosse fotografados todos juntos na sala da casa, como o exemplo abaixo (Figura 2).



Figura 2 – Filhos reunidos no sofá para foto

Foto registrada em campo pelo pesquisador, 2013.

5.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Após a realização da coleta de dados a partir das técnicas referenciadas acima, ocorreu o procedimento de análise de dados pela análise de conteúdo. Neste momento, buscou-se estabelecer relações entre as observações da pesquisa de campo e o embasamento teórico, gerando interpretações conclusivas a partir das evidências coletadas, descritas e exploradas no próximo capítulo.

O primeiro passo foi a transcrição dos diálogos das entrevistas realizadas por participante e agrupadas em um primeiro momento por comunidade. Ainda dentro da divisão por comunidades, foram incluídas as observações e anotações do pesquisador como complemento às entrevistas. A partir destes documentos, o pesquisador criou códigos por cores e números para cada tópico de assunto que pudesse ser agrupado em um resultado macro e que permitisse separar por grupos as evidências repetidas em diferentes lares e comunidades. As observações sobre a introdução do pesquisador nas comunidades e contatave para sua integração foram segregadas para serem descritas no capítulo de metodologia, conforme apresentado anteriormente.

As práticas foram separadas em seis macro-grupos que uniram os hábitos realizados no quintal das casas, no consumo cotidiano de recursos como água e luz, na interação com os vizinhos e senso coletivo da comunidade, nas ações de criatividade para transformar o lixo em valor e na prática da reciclagem; também foram segregados os relatos de práticas não sustentáveis. Todas as informações que sobraram foram identificadas como outros hábitos e valores presentes no contexto social, para que alguns fossem inseridos ao longo das

discussões dos resultados e outros fossem descartados por não estarem diretamente relacionados ao tema da pesquisa.

Ao serem agrupados os resultados a leitura permitiu a interpretação das práticas como evidências consolidadas e facilitou a interpretação às lentes de teorias publicadas em estudos anteriores. Nesse momento, dividiu-se os resultados entre um subcapítulo para práticas dentro dos lares e outro para aquelas de interação social, e também se optou por permear o texto com as práticas não sustentáveis ao invés de separá-las em outro capítulo.

Como sistematização conclusiva das práticas, formou-se um quadro resumo (apresentado nas páginas 106 e 107 deste trabalho) que foi elaborado pelo autor para ilustrar as práticas dentro dos pilares de sustentabilidade e evidencia as conexões refletidas em cada hábito de consumo investigado.

6 ANÁLISE DE RESULTADOS

Nesse capítulo são analisadas as informações obtidas na pesquisa de campo, com discussão dos resultados a partir do olhar qualitativo da análise interpretativista. Busca-se usufruir do alicerce teórico que relaciona os resultados desta pesquisa com estudos anteriores, gerando novas contribuições e respondendo aos objetivos previamente estabelecidos.

Os resultados relevantes da pesquisa foram agrupados em dois subcapítulos que foram divididos de acordo com o ambiente em que as práticas de consumo cotidianas são realizadas. Inicialmente, são analisados os hábitos dentro da casa dos entrevistados, buscando-se entender o nível de sustentabilidade nas práticas de consumo cotidiano realizadas nesse ambiente.

Em seguida, interpretam-se os resultados encontrados no ambiente de relação entre os moradores de casas próximas e da comunidade em geral. Nesse segundo momento, é estudada a relação organizacional de interação dos moradores na participação de brechós, galpões de reciclagem e oficinas criativas que envolvem práticas sustentáveis dentro da comunidade. Dentro de cada um destes subcapítulos são abertas novas divisões que agrupam os resultados das evidências encontradas em repetição, ilustrando e aprofundando sua análise.

6.1 “PODE ENTRAR, A CASA É TUA” – ANÁLISE DOS HÁBITOS COTIDIANOS DENTRO DE CASA.

Em todas as comunidades estudadas a receptividade com que os entrevistados receberam o pesquisador dentro de suas casas foi um traço comum e surpreendente. Mesmo nas residências de estrutura mais carente, como foi o caso da comunidade Mathias Velho (em Canoas), os entrevistados reforçavam a preocupação em receber bem a ‘visita’ para fazer com que esta se sentisse “em casa”. “Aqui não tem sofá, mas tu pode sentar nessa cadeira daqui da cozinha mesmo... que paga igual! [risos]”, brinca D. Thais (Mathias Velho), já puxando a cadeira para acomodar o pesquisador. D. Susana (Mathias Velho) também se justifica com a acomodação do pesquisador, mas sempre muito receptiva: “Senta aqui nesse sofá, só que nem repara que tá assim rasgado que é meu guri que dorme aí já que não tem cama pra todos, né!”.

O café é um símbolo de acolhida, aproximação e sociabilidade utilizado na maioria das casas visitadas. “Pode sentar que vou passar um cafezinho pra nós”, afirma Rosângela, do Campo da Tuca, logo no primeiro encontro. Nessa primeira observação, já foi possível identificar este símbolo que reflete um comportamento ritualístico quando analisado dentro da metodologia interpretativista do significado do consumo deste produto em relação aos

usuários (Rocha e Rocha, 2007). O café, por ser considerado um item caro, tem um valor forte e simbólico na interação entre as pessoas, já que eles só oferecem a quem eles querem agradar e a recusa é considerada quase como uma ofensa, um descaso. Mesmo quando as condições são precárias, nota-se a importância e a preocupação em agradar a quem estão recebendo dentro de seus lares. A expressão “tomar um café” significa, na verdade, bater um papo descontraído, e notou-se que este hábito facilita a abertura com os entrevistados, deixando-os mais à vontade para dialogar informalmente.

Evidentemente que grande parte desta abertura também foi facilitada por um contato-chave dentro da comunidade, conforme descrito no capítulo da metodologia, que potencializou a decorrência de uma relação de confiança entre pesquisador e pesquisado. De qualquer forma, não deixa de ser inesperada a predisposição com que eles receberam um desconhecido que, se analisada por uma visão crítica, está “invadindo” o espaço daquela família para “investigar” seus hábitos cotidianos de consumo.

O ato de participar voluntariamente da pesquisa a pedido do contato-chave também decorre do costume de prestar “favores” às pessoas do seu círculo de confiança, normalmente sem esperar o retorno imediato. Esse hábito de confiança é comum nas diferentes comunidades e intrinsecamente eles sabem que as pessoas irão retribuir o “favor” naturalmente em outro momento com algum ato de ajuda no que precisarem. Essa relação de senso coletivo, embasada na confiança e na prestatividade foi evidenciada em diversas práticas de consumo que serão exploradas nos subcapítulos a seguir. No entanto, é importante ressaltar que não é um ato de solidariedade, mas sim de reciprocidade (SCHAFER et al, 2010; BARROS, 2007; CASTILHOS, 2007).

6.1.1 “Aqui no meu quintal tem de tudo” – não é subsistência, mas há sustentabilidade.

As comunidades de classes populares possuem a característica de habitações predominantemente horizontalizadas (casas), viabilizando com maior facilidade que as residências tenham jardim ou até mesmo uma pequena horta. Esse hábito do cultivo de plantas, temperos, legumes e frutas nos quintais das casas foi identificado em diversas comunidades. Na Nova Dique, por exemplo, este traço teve maior destaque, pois a comunidade é plana e em todas as casas visitadas havia no mínimo um canteiro com plantas. Os entrevistados se mostravam orgulhosos de seus canteiros e faziam questão de mostrar seu trabalho de cultivo.

Como exemplo disto segue abaixo trechos do relato de Dona Luiza, a vizinha de outra entrevistada, que no instante que escuta a pergunta sobre a questão ambiental de cultivar plantas em casa, convida o pesquisador a levá-lo para visitar a sua casa, na rua do lado, e mostrar o seu quintal:

“Ah, eu adoro mexer com planta! Tem de tudo aqui no meu quintal [mostra]: cebola, manjerona, samambaia, bergamoteira, boldo, alecrim, salvia, cidreira, hortelã... Só não tenho muito espaço, né... Então no quintal dos fundos eu deixo as plantas maiores e na frente eu planto tudo que é pequeno, em pote mesmo, porque a gente tem que se virar como pode, né!” – D. Luiza, Vila Dique

Através da pesquisa observatória, é possível notar que os “potes” que Dona Luiza aponta são reaproveitados de embalagens de produtos que já foram consumidos, como garrafas PET (de refrigerante ou de galões de água), potes de plástico no formato de baldes (de cimento ou outros produtos) e latas de tintas. Esse hábito se repetiu em diversas casas, como mostram algumas imagens a seguir (Figuras 3 e 4).



Figuras 3 e 4 – Reutilização de baldes e garrafas plásticas para vasos de plantas

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013.

Essa prática de reaproveitar as embalagens de produtos consumidos para vasos de plantas é o que Dobscha, Prothero e McDonagh (2009) classificam na pirâmide invertida de sustentabilidade como o “R” de reutilizar. Aproveitar esses recipientes que iriam para descarte também reduz a quantidade de lixo produzida e acaba evitando também o consumo de vasos novos.

O uso dos potes menores também ocorre e é justificado para facilitar a mobilidade de mudas, uma prática comum nas comunidades visitadas. Como nem todos conseguem dedicar tempo suficiente em seus canteiros, alguns são ‘fornecedores’ de mudas de chás e outras plantas para seus vizinhos. Essa prática de multiplicação das mudas é interessante não apenas pela reprodução do hábito de cultivo, mas pelo senso de coletivismo com que atuam. Esse coletivismo é baseado na reciprocidade, como já foi comentado anteriormente, e será abordado em diversas práticas que atestam essa característica das classes populares.

O costume foi confirmado também pelos moradores que recebem as mudas, e que afirmam ter esse hábito em função do incentivo que os vizinhos passam. Nesse ponto, nota-se a multiplicação da prática dentro da comunidade através da rede social em que estão envolvidos os moradores dentro da vizinhança. É um hábito comum os vizinhos, amigos e familiares se passarem ‘dicas’ sobre o cultivo das plantas e trocarem receitas para o uso dos alimentos. Essa prática não se enquadraria na pirâmide invertida de sustentabilidade (DOBSCHA et al., 2009), pois não se trata apenas de uma redistribuição, mas sim, engloba a educação do hábito, a multiplicação desta prática sustentável. É uma troca de conhecimento, na qual a informação que proporciona a sustentabilidade é disseminada entre os moradores.

“As pessoas até vem me pedir às vezes, aqui as vizinhas do bairro mesmo, vêm querer saber se podem pegar um pouco pra chá ou pra tempero... às vezes querem uma mudinha pro jardim delas. E eu sempre dou! Então como já sabem eu tenho sempre pronto algumas aqui em potes menores.”. - D. Luiza, Vila Dique

“Eu planto com o caroço mesmo, deixo secar as sementes do que a gente come e coloco na terra. Às vezes nasce, às vezes não, mas a gente sempre tenta. Aqui pros meus vizinhos sou eu que sempre dou as mudas, faço nos potinhos aqui em casa e entrego bem grandinho já pra eles. Assim é fácil, né? Mas depois eles me trazem também outras coisas das comidas que eles fazem com meus temperos então é bom!”- D. Marcela, Vila Dique.

Além do hábito de reproduzir mudas e multiplicar esta prática sustentável do cultivo de plantas, o costume de deixar secar os caroços e sementes para plantar novamente na terra também foi encontrado em alguns lares visitados. É dessa forma, reaproveitando o que inicialmente seria um descarte, que os moradores conseguem manter seus quintais sempre com novas mudas e sem ter um custo adicional. Seu Murilo e D. Luciana, por exemplo, contam suas relações com o plantio e afirmam o uso de caroços para a manutenção do quintal:

“Eu cuido de horta e planta desde criança, eu vim da colônia, lá a gente é criado com esse costume. Tenho ali na frente e aqui atrás, venham ver. Aí tudo que eu acho que vai dar pra plantar eu coloco, caroços de frutas, por exemplo, e até o quiabo esses tempos eu tirei o miolo das sementes e coloquei ali, olha o tamanho que já tá! Agora temos quiabo, alface, radite... tudo isso aqui a gente come, e é melhor qualidade do que comprada, sabe?”

“Costumo enterrar caroços das frutas que compro ou ganho na fruteira, mesmo das podres, ta! Já plantei aqui um pessegueiro e um mamoeiro assim com caroços. Na maioria dá assim só de enterrar mesmo, mas se não tentar nunca vai acontecer né!”- D. Susana.

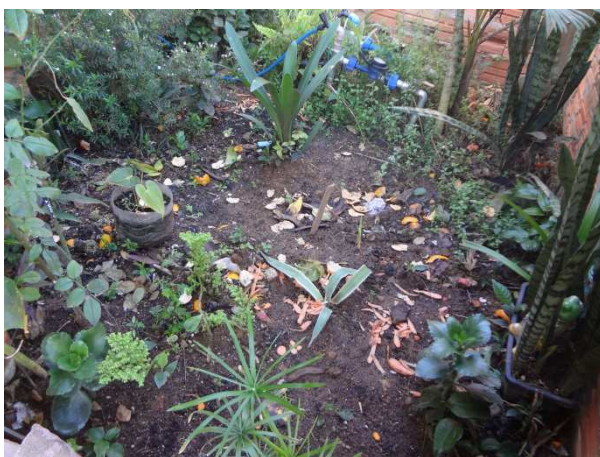
Outra prática sustentável interessante, observada em diversos lares, foi a produção caseira de adubo natural para os quintais. Tanto a prática de utilizar caroços ou sementes de alimentos consumidos para replantio, quanto o costume de fazer adubo natural, podem ser considerados como reciclagem, já que vão além do reaproveitamento para um novo uso. A reciclagem é o reinício do ciclo do produto a partir do próprio descarte que ele iria gerar, ou seja, não é simplesmente reutilizar algo, mas sim aproveitar o descarte para recomeçar o ciclo do produto em forma de nova matéria. O primeiro sinal desta prática foi observado no canteiro da rua, em frente às casas, onde haviam cascas jogadas sobre a terra.

“Na terra eu jogo de tudo que é casca de fruta e legume que nem as cascas da cenoura. Ah se não faço isso não nasce nada, porque aqui em baixo, se tu cavocar um pouquinho, vai ver que é só areião. Eu tento fazer o adubo antes, pra deixar decompor, mas às vezes na correria a gente joga umas casquinhas, assim que nem aquelas ali da bergamota. Eu planto muito, mas é difícil cuidar aqui da frente, no canteiro da rua, porque os piás arrancam muito também, eles judiam das plantas. E ainda mais no inverno agora também morre muita plantinha, dá bastante trabalho, mas é uma coisa que a gente aproveita depois né.”- D. Marcela, Vila Dique

As técnicas variam: uns utilizam um recipiente de PET para colocar os restos e fazer devidamente a compostagem antes de jogar na terra; outros alternam uma camada de terra com uma camada de resíduos orgânicos; alguns cavam buracos na terra do jardim para colocar os resíduos; e outros simplesmente jogam diretamente sobre a terra alguns restos orgânicos.

A seguir apresentam-se outros relatos que explicam espontaneamente o processo de adubagem que praticam e percebe-se que é algo do cotidiano deles, muitas vezes passado

pelas gerações anteriores, e que conhecem e utilizam o vocabulário específico inclusive com palavras como “decomposição” e “compostagem”. Na Nova Dique, D. Luiza explica como produz o adubo para seu quintal: “Ah o adubo eu faço bem natural, vou te mostrar! Coloco num PET grande [galão de água cortado] os restos de frutas, cascas de batata, resto de salada, resto dessas coisas tudo...”. Ela busca nos fundos da casa o galão de PET com a compostagem (Figura 6) que faz para adubar as plantas, e acrescenta: “Olha aqui [mostra], eu vou colocando tudo aqui, tem de tudo, até casca de ovo! Tudo que eu acho que vai ajudar a terrinha eu ponho e espero se decompor pra jogar nas plantas, ainda mais agora no inverno que seca tudo, né?”.



Figuras 5 e 6 – Prática da adubagem nos quintais

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013

Seu Murilo, da mesma comunidade, também explica o processo e conta como faz para melhorar a qualidade do adubo:

“Eu não jogo casca de coisas aqui direto na terra porque senão só serve para criar moscas, sabia? Eu já não tenho cachorro por causa disso. Pra fazer adubo em casa tem que ter um lugar próprio, que pode ser uma garrafa ou um pote grande que não se usa mais. Mas eu também peço pros carroceiros me trazerem o esterco do cavalo, que isso sim é um ótimo adubo. Eles já não vão usar mesmo, e eu guardo os lixos pra eles, então quando eles vêm recolher já me dão os estercos. Ou também peço pros vizinhos que criam galinha. E assim eu vou variando, às vezes com restos, às vezes com esterco” – Seu Murilo, Vila Dique

No Morro da Cruz, D. Aninha conta orgulhosa o que tem no seu quintal e explica seu método de adubagem:

“Tenho uma horta nos fundos, planto uns chás que às vezes eu trago aqui no centro das oficinas e distribuo para as participantes. Tem temperos também: pimenta, salsa, cebola... e meu jardim com flores que eu também adoro! Restos de outras frutas e verduras eu coloco num buraco que cavo na terra para adubo do meu jardim, ajuda bastante”. – D. Aninha, Morro da Cruz

Em Canoas, na Mathias Velho, D. Susana e D. Luana utilizam técnicas diferentes mas também assumem que praticam a jardinagem e se preocupam com a adubagem da terra. “Pro adubo eu costumo jogar erva de chimarrão e casca de verdura.”, conta Dona Susana. Já D. Luana explica: “Tenho um canteirinho que tem folhagem, verdura, tomate, pimentão... mas meu sonho era ter espaço para uma horta! A minha mãe faz adubo, eu aprendi com ela a fazer assim: uma camada de terra, uma de comida, uma de terra, uma de comida...”- D. Luana.

Caminhando pelas ruas do bairro Nova Dique constatou-se por pesquisa observatória que são muitas as casas com jardins e plantas na área externa da frente, várias com os potes feitos de garrafa PET e grande parte com compostos de adubo jogados sobre a terra. Outra casa chamou a atenção, pois além do jardim ainda tinha um canteiro na calçada, e a terra estava coberta de cascas de frutas. A entrevistada conta:

“Eu tenho todo meu canteiro aqui da frente, meu quintal da minha casa ali na frente e ainda tem outro lá nos fundos também. Aqui na calçada eu e meu cunhado que mora aqui do lado que montamos esse calçamentozinho, porque não tinha muito espaço só no jardim de casa, né... E também a gente plantou um pessegueiro nesse canteiro aqui da rua, olha ali, vamos ver se vinga, porque a gente quer que ele faça sombra na casa, porque essa parte da frente no verão é um inferno de quente, tem que ver! Temos que ir pro outro lado da rua pegar sombra, porque aqui fica insuportável.” – D. Marcela, Vila Dique

Essa visão de longo prazo do objetivo e benefício de ter uma árvore na frente da casa também foi uma solução sustentável explicitada naturalmente pela entrevistada. Outros lares refletem esse desejo, pois uma preocupação recorrente é com que o lar tenha condições climáticas favoráveis para amenizar os extremos de frio e calor, visto que eles não possuem equipamentos climatizadores.

Em algumas comunidades este hábito de cultivar uma horta se refletiu inclusive na escola infantil, no posto de saúde ou em outros centros públicos. Na Mathias Velho, por exemplo, a escola infantil municipal do bairro possui uma horta e um pomar comunitários,

que são mantidos pelos professores e alunos e usufruídos por todas as famílias. O diretor da escola explica que esta iniciativa é antiga e ajuda as famílias, através das crianças, a melhorarem seus hábitos alimentares e consumirem frutas e verduras sem agrotóxicos.

“As crianças que fazem a manutenção, colocando as plaquinhas com nomes das plantas e também ajudam na adubagem. Eles colocam folhas secas e cascas de alimentos e aprendem o processo da compostagem. Aqui é tudo sem agrotóxicos, somente a terra e o adubo natural.”- Seu Jair, diretor escola municipal na comunidade Mathias Velho

Os alimentos da horta são utilizados em sopas para as crianças na escola e são doados para algumas famílias dos alunos, priorizando aquelas que são mais carentes. Os professores levam as sementes e caroços para o plantio, mas por vezes algum aluno também traz. As turmas montam os espantalhos dentro de uma atividade que incentiva a competição do ‘melhor espantalho’, que então é colocado na horta para espantar os pássaros que se alimentam das verduras plantadas. Sacos de lixo preto também são rasgados e pendurados em um fio para afastar os predadores. Esse método de engajar as crianças e suas famílias no processo educacional do hábito de cultivar plantas também é fundamental para o incentivo da prática nos lares, potencializando essa cultura na comunidade.

No Morro da Cruz é o posto público de saúde que disponibiliza uma horta comunitária com ervas para chás. Segundo a médica responsável pelo posto, “é uma maneira natural de fornecer ‘remédios paliativos’ para a comunidade com algo que ajuda a compor o tratamento prescrito, através da nutrição do paciente com ingredientes calmantes, como a camomila, digestivos, como o cidró ou boldo, e outros”. Dona Luci aprova a iniciativa do posto:

“Eu não tenho horta na minha casa porque não tem espaço, só que quando eu preciso das minhas ervas pra chá eu vou ali no posto, eles tem uma horta que plantam e fica pra comunidade, é de graça, então sempre pego ali. Agora quero ver se consigo alguém para dar uma oficina de xarope ali na associação, nós que somos idosos usamos bastante, acho que ia fazer um sucesso... O chá já tem, é só saber com o que misturar, me parece que é mel... Tu sabe alguma coisa?” – D. Luci, Morro da Cruz

O interessante é que todos esses hábitos de cultivar plantas, frutas e verduras no quintal das casas, escola e posto de saúde não têm fins lucrativos e servem unicamente para consumo próprio ou da comunidade. É um cultivo saudável e natural, pois não utilizam agrotóxicos e no caso dos centros públicos também tem o papel educativo. Evidente que este

hábito não gera uma subsistência que elimine a aquisição e o consumo destes produtos, mas auxilia na redução da compra e melhora a qualidade de vida destas pessoas, uma vez que desta maneira possuem acesso a produtos de boa qualidade com custo muito reduzido.

6.1.2 Práticas cotidianas de consumo de recursos – o transporte, a energia e a água.

Ao serem questionados sobre o uso de recursos naturais no seu cotidiano, os entrevistados apresentaram traços sustentáveis e insustentáveis nos seus hábitos. O diálogo envolveu o uso do transporte como mobilidade urbana e o consumo de energia e de água dentro de casa. Grande parte das práticas é notavelmente sustentável, sobretudo por razões socioeconômicas, mas não exclusivamente. No entanto, outras apresentam um dispêndio excessivo de recursos que muitas vezes não são nem percebidas pelos entrevistados. Alguns relatos e observações descritos nesta seção atestam as evidências encontradas sobre essas questões na pesquisa realizada.

Em relação ao transporte, a grande maioria dos entrevistados não possui carro e se locomove a pé, de bicicleta ou com conduções de transporte público (ônibus e trem, Trensurb, no caso da comunidade de Canoas). Eles caminham bastante dentro do bairro e são acostumados a andar e pedalar como parte de suas rotinas. Alguns atestam que caminham mais para economizar uma passagem de ônibus, quando precisam fazer conexões, mas recebem o auxílio transporte em dinheiro (comum no caso de empregadas domésticas e pedreiros, por exemplo), como é o que conta Vanessa, de Viamão: “Eu prefiro ir andando até a outra parada, não é muito longe, às vezes chego antes do ônibus que ia ficar parada lá esperando... mas só nos dias de chuva que eu pego os dois, senão só um mesmo, assim economizo uma passagem porque eu recebo em dinheiro”.

Outra opção são as bicicletas, que nesse caso não são apenas para lazer e passeio, mas servem como condução para muitos, sobretudo para os homens e os mais novos que vão para colégio e trabalho com esse meio de mobilidade. Este valor que as bicicletas têm nas comunidades também acabou despertando uma motivação para roubos deste item, o que acabou gerando certa insegurança nas mães quando seus filhos menores saem sozinhos nas ruas.

Apesar de geralmente estar atrelado ao fator econômico, é fato que existe a recusa dos meios de transportes mais poluentes e um costume mais frequente de optar pela caminhada, pedalada ou transporte coletivo público como meios de locomoção. A noção de distância para

deslocamentos a pé também é diferente daqueles que costumam utilizar o carro, pois para os não motorizados atravessar diversas quadras a pé faz parte de suas rotinas e o “ir longe” é considerado para quando precisam utilizar alguma condução. Alguns relatos transcritos a seguir atestam essas práticas.

“Eu trabalho aqui perto de casa, dá umas cinco ou seis quadras... então sempre vou a pé mesmo. Quando preciso ir longe pego ônibus, mas só tenho o final de semana de tempo livre, daí fico mais pela comunidade também porque acumulam todos os serviços de casa para fazer.” – Marilene, Campo da Tuca

“Pego ônibus para ir trabalhar todos os dias, é um pra ir e outro pra voltar. Não me deixa muito perto, mas eu vou o resto do caminho a pé. Às vezes até vou ou volto todo o caminho a pé, ali por dentro, pegando um atalho pelo morro. Vindo por dentro eu atravesso a comunidade, dá uns 30 minutos, é melhor porque igual não tem ônibus que larga aqui na frente da escola.” – Fábio, Campo da Tuca

“Eu trabalho longe, então pego dois ônibus para ir trabalhar, na verdade são quatro no total do dia. O meu marido trabalha aqui perto, nas obras aqui da comunidade, então ele vai sempre a pé mesmo” – Mariana, Campo da Tuca

“Eu tenho o passe de idosa e a minha filha de deficiente, mas a gente só usa quando precisa ir mais longe... porque aqui na comunidade todo mundo anda a pé de um lado pro outro. E muitas vezes se a gente precisa apressar e não tem tempo de esperar o ônibus, eu desço aqui a principal a pé mesmo que é mais rápido e pego direto lá na Bento.” - D. Luci, Morro da Cruz

“Aqui em casa a gente usa bicicleta, principalmente as crianças... eu ando muito a pé pelo bairro mesmo. Mas quando a gente precisa ir mais longe pegamos ônibus e trensub.” – Thais, Mathias Velho

“A gente usa bicicleta, ônibus e trem. Mas quando a gente precisa tem o carro do meu cunhado que mora aqui no bairro também.” – Luana, Mathias Velho

Contudo, muitos possuem motos, pois conseguem preços de compra acessíveis, gastam pouco com combustível e não precisam de muito espaço de garagem dentro de casa para estacionar. Alguns já possuem carro, mas nem sempre utilizam o veículo durante a semana, assumindo que acabam deixando “mais para final de semana” ou deslocamentos maiores, pois segundo eles o “custo não compensa”, já que recebem o vale transporte.

Aqueles que utilizam o carro para o trabalho, também acabam ajudando os vizinhos e familiares, dando caronas ou deixando-os em uma parte do caminho para pegar uma condução melhor. Dentro da família e na vizinhança, os que possuem carro também têm o papel de ajudar os mais próximos quando precisam carregar ou transportar alguma coisa pesada. Essas práticas de ‘caronas’ são bem comuns e exercidas naturalmente nas comunidades, ou seja, sem incentivos, e remetem novamente para a questão do senso de coletivo. É uma prática sustentável que eles utilizam frequentemente não por solidariedade, mas sim pela cultura da troca de favores, da reciprocidade (SCHAFER et al, 2010; BARROS, 2007; CASTILHOS, 2007).

A maior dificuldade que os não motorizados relatam que enfrentam no dia a dia não é com o trajeto ao trabalho, mas sim com as compras de supermercado. Como não podem ir muito longe, eles acabam preferindo os minimercados de bairro, conscientes de que pagam mais caro pelos itens, mas optando pela conveniência de não precisar carregar as compras no transporte público. Os supermercados maiores são utilizados quando fazem compras para o mês e nestas ocasiões costumam pedir para algum familiar ou vizinho que tenha carro buscar para ajudar no transporte das compras. Em última opção, eles vão e voltam nos mercados maiores de condução pública quando tomam conhecimento de alguma promoção “imperdível”, normalmente pelos vizinhos ou pela televisão.

“Nunca vou no mercado, desse grandes... porque eu não tenho como ir, fica longe para ir a pé e complicado para ir de ônibus trazendo tudo na mão. Então eu prefiro ir no bar que tem aqui no bairro que fica aperto e mesmo sendo um pouco mais caro compensa.” – Lucineia, Campo da Tuca.

“A maioria aqui não tem carro, aí como as feiras são longe eu sempre loto o meu carro e se precisa ainda faço mais de um carreto pra que todo mundo possa ir, e quase todas são senhoras então prefiro eu levar mesmo. E além disso uso ele pra buscar os materiais para as oficinas e as doações que recebemos.” - D. Aninha, Morro da Cruz

“Normalmente vou a pé pra tudo que é canto, mas quando preciso ir em algum lugar mais longe, um médico ou coisa assim, aí o meu filho que me leva, ele tem carro. As compras quando a gente vai no super também é ele que nos leva, se não tem que ser tudo no mercadinho da esquina, que é bom porque já tenho uma continha, mas não dá pra ir só ali porque é mais caro” - D. Irene, Rubem Berta.

“Tenho um carro, é um celta 1.0, mas meu marido que dirige e nos leva aonde precisamos quando é mais longe. Mas se não pras saídas do dia vou a pé ou no máximo pego um ônibus.” – D. Marcela, Nova Dique

“A gente só anda de ônibus aqui em casa e quando é algum lugar mais próximo vamos a pé mesmo. As compras a gente faz mais no BIG ou no açougue aqui do bairro que dá pra ir a pé mais tranquilo. As verduras, por exemplo, a gente compra do verdureiro que passa aqui nas casas da vila, mas é bem mais caro do que ir na Ceasa como a maioria faz. Mas pra nós não vale a pena pegar transporte para ir e voltar e ter que carregar as coisas toda vez”. Seu Murilo, Nova Dique

“Meu marido usa uma moto para ir pro trabalho, e nossa família tem um carro que a gente usa só pra viajar pro interior e visitar os meus pais. Os meus filhos tem duas bicicletas que eles dividem e andam pra todo lado. Eu ando mais a pé porque igual nunca vou longe, e quando preciso pego ônibus.” – Vera, Mathias Velho

Os entrevistados que possuíam carro apontaram outra característica comum: o investimento que fazem no aparelho de som. Para eles, investir nos acessórios do carro é importante e mesmo que deixem de pegar um carro de categoria melhor, preferem investir em um som potente, uma película de vidros bem escura, adesivos e rebaixamento do carro. Eles têm o hábito de sair com som alto ligado e nos finais de semana juntam amigos e familiares para fazer um “agito” ao redor do som, que quanto mais potente, melhor.

A música é um meio que traz muita alegria e diversão nas comunidades das classes populares, que normalmente preferem os estilos musicais do funk, sertanejo e pagode, que são cantados e dançados até pelos mais novos. É comum frequentarem bailões e jantares dançantes com esses ritmos, além das festas de rua durante os finais de semana, em que fecham algumas ruas do bairro para que todos aproveitem a céu aberto. Em casa, todos possuem rádio e o utilizam frequentemente. Os mais novos escutam música, mas utilizam mais o celular com fones de ouvido; mas as senhoras que ficam em casa cuidando das crianças costumam escutar programas de relatos de vida de pessoas com quem muitas vezes se identificam nas mesmas dificuldades.

Passando para o tópico do consumo de energia, de acordo com o Almanaque Brasil Socioambiental (2008), mais de metade da energia ofertada no Brasil vem de fontes não renováveis (petróleo e derivados, gás natural, carvão mineral e derivados, e urânio e

derivados), o que evidencia a importância da preocupação com a questão. O primeiro fator que podemos associar ao baixo nível de consumo de energia nas classes populares é a presença de poucos equipamentos nos lares, sobretudo aqueles que demandam um dispêndio maior do recurso, como climatizadores. O consumo de energia nas residências está relacionado ao conforto, ao lazer, à comunicação e à obtenção de algum serviço de interesse pessoal, porém que demandam um investimento financeiro maior para sua aquisição (SCHAFER et al., 2010).

Alguns itens como geladeira, fogão, televisão e rádio estavam presentes em todos os lares pesquisados, porém muitos em estado precário, e por estarem em más condições também acabam consumindo mais energia. Itens como máquina de lavar roupas, micro-ondas, freezer e ventilador foram raramente encontrados nos lares pesquisados, ao passo que itens como ar condicionado e máquina de lavar louça são praticamente inexistentes (não encontrados em nenhum lar visitado).

Isso demonstra que ainda há um potencial alarmante a ser consumido relacionado ao desenvolvimento econômico desta classe, que com o aumento da renda, pode passar a adquirir mais eletrodomésticos e outros produtos e equipamentos que trazem maior conforto e lazer, porém que demandam maior gasto de energia. Os autores Schafer et al. (2010) chegaram a pesquisar a possibilidade dos consumidores brasileiros de média e baixa renda, com o desenvolvimento, saltarem do atual padrão de consumo para padrões de consumo conscientemente sustentáveis. A pesquisa assume que este grupo social não é homogêneo e afirma que eles buscam nas suas individualidades os objetos de consumo que caracterizam seus estilos de vida e seus grupos de pertencimento, porém sempre atrelados à tendência de consumo intenso de recursos. Sendo assim, o resultado mostrou que esta não é uma opção esperada naturalmente e que o grande desafio está em desenvolver uma visão atrativa do estilo de vida sustentável (SCHAFER et al., 2010).

Por outro lado, eles aproveitam muitos aparelhos e equipamentos, além de móveis e utensílios, que foram usados anteriormente por outras pessoas, ou seja, não são novos. A pesquisa de Schafer et al. (2010) também constata que nas classes populares é significativamente mais comum a aquisição de equipamentos usados do que nas classes média e alta ao invés de itens novos.

Nessa reutilização sustentável (DOBSCHA et al., 2009) notou-se que para eles o valor do equipamento é o mesmo de um item novo; não se incomodam de reutilizar, pois estão recebendo algo que geralmente não possuíam antes ou que tinham, mas estava em mau

estado. Exemplos de aparelhos reaproveitados frequentemente encontrados nos lares foram: DVDs, computadores, fogões, televisões, rádios e geladeiras. Normalmente esses itens são repassados por vizinhos, por entidades ou pela rede de relacionamentos dos entrevistados, que relataram também receber doações de itens usados de seus empregadores.

Ainda dentro do tópico de consumo de energia, um hábito comum observado nos lares das comunidades pesquisadas, e que muitos dos entrevistados assumem praticar, é passar o dia todo com o rádio ou a televisão ligados, mesmo quando não estão em uso. O rádio apareceu para muitas das entrevistadas como um item com valor de uma companhia; é um símbolo com significado próprio para elas. De forma geral, tanto as mães que ficam em casa cuidando das crianças como as aposentadas, afirmam que se distraem e passam seus dias escutando programas com relatos de outras mulheres, normalmente da mesma classe social, com as quais frequentemente se identificam. A televisão também foi um item que afirmaram utilizar frequentemente dentro de casa, sobretudo aqueles que trabalham ao longo do dia e utilizam os recursos da casa somente à noite.

Outro ponto que reforçou as declarações dos relatos dos entrevistados em relação a deixar o rádio ou televisão ligados foi o fato de que ao chegar às casas ao longo do dia é comum escutar a televisão ligada pelas janelas abertas na parte da frente da casa, porém o morador estava “lá nos fundos, estendendo roupa” ou em alguma outra tarefa. Isto muitas vezes dificultava o acesso às casas, pois nenhuma possui campainhas; o hábito nas comunidades é chamar o residente batendo palmas.

Existem algumas residências com energia não-regularizada em função da captação popularmente chamada de ‘gato’. Nestes lares, os moradores não valorizam a economia do recurso e observou-se que deixam, desnecessariamente, luzes acesas inclusive durante o dia. Essas irregularidades na captação de eletricidade foram observadas em lares de todas as comunidades, o que incentiva o descuido com a economia do recurso e incentiva a revolta por parte de outros moradores da comunidade que se sentem injustiçados pela prática. Contudo, grande parte dos entrevistados com energia regularizada assume que gerenciam o gasto de energia, muitos com o intuito de não se surpreenderem com a conta da luz no final do mês, e por esse motivo estão sempre atentos aos gastos do dia a dia.

Como eu te disse, água e luz eu uso muito pouco, porque quase não tô em casa, só de noite mesmo quando volto do trabalho. Mas aqui a gente assiste bastante TV de noite, minha filha que adora e agora no Claro TV tem tudo que é canal, então acabamos ficando mais tempo vendo porque sempre tem

alguma coisa... Que mais? Ventilador que eu tenho um, mas não uso muito porque tenho bronquite... Só naqueles calorões mesmo.” – Mariana, Campo da Tuca

“Gosto de escutar música, tenho um som potente em casa e um amplificador de 2.000W para a mesa de som, e isso sim precisa de muita energia! Antigamente admito que deixava tudo ligado. Hoje em dia não! Por exemplo se a TV não está sendo usada, a gente desliga. Tenho estabilizador em tudo também, para evitar que os aparelhos queimem... Mas isso é porque eu conheço um pouco de tecnologia, e aqui em casa a luz não é muito boa, tem muitos gatos na rua, sabe? Vira e mexe tá caindo...” - Fábio, Campo da Tuca

“Na minha casa a gente economiza tudo: água, luz, tudo! É de pouco em pouco que a gente vai conseguindo construir tudo, né... não dá pra desperdiçar!” – Lucineia, Campo da Tuca

“La em casa a gente não tem refrigeração nenhuma, nem ventilador. Eu sinto muito frio, mesmo no verão eu não uso ventilador... Não gosto desse vento batendo em mim... E aqui na associação. Mas o rádio e a televisão tão sempre em uso... ah o meu rádio sim, eu deixo ligado o dia todo. Só desligo quando vamos ver televisão, mas o rádio é meu companheiro fiel. Gosto de escutar música, mas o que gosto mesmo é daqueles programas que contam as histórias das pessoas, é bom que distrai a gente, né? aqui tem muito ‘gato’ mesmo, mas na minha casa está tudo dentro da regularidade, tenho meu relógio próprio e a conta vem quase sempre no mesmo preço. Meu chuveiro é elétrico, mas no inverno não esquenta nada, então acaba que a gente esquenta a água no fogão que é mais quente, né?” - D. Luci, Morro da Cruz

“Não uso muitos equipamentos, essas coisas de computador eu nem tenho, sou analfabeta nessas tecnologias, é capaz de tomar um choque só de ligar na tomada [risos]. Só uso o rádio mesmo, isso sim, é todos os dias.” - D. Aninha, Morro da Cruz

Uma casa da Nova Dique chamou atenção por ter lâmpadas brancas, ecologicamente corretas. Segundo o entrevistado: “compramos dessas porque dura mais e ilumina mais”, porém observou-se que a informação não é popularizada nas comunidades. No entanto, no mesmo lar, também tinha um freezer na sala da casa e o morador conta que ganhou o equipamento para testar uma produção própria de sorvetes, porém sem considerar o valor do investimento na energia.

“É que eu e a minha esposa fazia sorvetes no verão... a gente comprava todas as coisas e fazia os sorvetes para vender aqui pro pessoal, tinha bastante saída até, mas a gente viu que não compensava porque a gente tava tendo prejuízo no final do mês com a conta da luz, por causa do freezer. Agora a gente até deixa ele ligado, tem aipim congelado e mais alguma pouca coisa dentro, que ver? Então assim consome igual à geladeira porque só trabalha para conservar o que já tá congelado. O problema era quando tinha a função dos sorvetes, que acabava vindo uma conta de luz muito alterada e não compensava” – Se Murilo, Nova Dique

Em Viamão, outra moradora também assume ter freezer, mas diz não utilizá-lo para congelar comidas:

“Aqui em casa tem esse freezer, mas pode ver, não tenho nada congelado. Não gosto dessas manias de congelar comida, eu faço tudo novo, todo dia, cozinho o feijão pro meu filho que leva a marmita na obra, mas faço todo dia mesmo. E aqui o freezer eu uso pra fazer sacolé pra gurizada do bairro. Sabe, aqueles naqueles saquinho? Então eu vendo bem baratinho, a R\$ 0,35, pra eles que só tem moedinhas né, e as crianças adoram! Aqui na frente tem esse campinho de futebol, eles saem dali e vem pra cá me chamando no portão pra comprar os sacolés...”.- Vanessa, Viamão

Outro recurso que o consumo cotidiano nas comunidades estudadas foi observado é água. Sabe-se que a água potável é um recurso abundante no Brasil e que o povo brasileiro é mundialmente conhecido por utilizar esse recurso sem moderação. O país possui boa oferta do recurso. A abundância decorre então do fato de cerca de 12% da água doce superficial do mundo percorrer o território brasileiro, no qual vive menos de 3% da população mundial, posicionando o país como segundo colocado no ranking de disponibilidade de água per capita, atrás apenas do Canadá (Exame – A escassez na abundância). E o que preocupa ainda mais é o percentual de desperdício que chega a 45% de toda água ofertada pelos sistemas públicos aos lares dos brasileiros.

Em algumas regiões, a população brasileira já sofre com a falta do recurso. No entanto, esta ainda não é uma realidade constante na região sul do país, aonde se concentra esta pesquisa e na qual os habitantes ainda possuem a impressão de que temos fontes de água inesgotáveis. No estado do Rio Grande do Sul, mais de 80% dos lares possuem rede de abastecimento de água, além daqueles que utilizam poços artesanais, muitas vezes não regularizados (Almanaque Brasil Socioambiental, 2008). A região ainda abriga o aquífero

Guarani, a maior reserva de água subterrânea do mundo, que faz divisa com Argentina, Paraguai e Uruguai; porém 70% do aquífero fica localizado em território brasileiro.

Sabe-se que a questão do consumo excessivo de água não é um problema exclusivamente do consumo por parte dos cidadãos, mas que envolve também todo o consumo industrial, agropecuário e agricultura. Contudo, nessa pesquisa é investigado o consumo do recurso dentro dos lares da população de baixa renda, sem expandir a questão para os demais meios de consumo do recurso.

Ao entrar nos lares, a primeira evidência que se encontrou foi inúmeras roupas estendidas na frente das casas visitadas, ilustradas pelas figuras 7, 8 e 9. O cenário se apresentava em diversas comunidades, sobretudo em dias de sol. Em grande parte dos lares visitados ao longo do dia as mulheres estavam fazendo atividades que utilizam o recurso, como lavando roupas ou limpando a casa no momento das visitas aos lares. As imagens abaixo ilustram os varais, muitas vezes improvisados, de roupas estendidas na frente das casas, inclusive dificultando o acesso à porta.



Figuras 7, 8 e 9 – Roupas estendidas em frente aos lares

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013

É característica comum que as mulheres fiquem ao menos um turno em casa para cuidar dos filhos, enquanto os maridos estão trabalhando. Por esse motivo, muitos dos entrevistados eram mulheres ou idosos (aposentados) que estavam em casa durante o dia. Para passar o tempo além de “tomar conta das crianças”, suas tarefas se resumem no cuidado do lar e envolvem dispêndio de água para limpeza da casa, das roupas e da louça.

A grande maioria das casas não possui máquina de lavar roupa e em nenhum lar foi encontrada máquina de lavar louça. Intrigantemente, mesmo quando possuem uma máquina de lavar, o equipamento quase não é utilizado, muitas vezes porque as usuárias acreditam que lavando a mão “no balde, de molho, limpa mais”, como argumenta Mariana, da comunidade Campo da Tuca. Nesses casos, essa prática da recusa do uso da máquina de lavar é um hábito

sustentável (DOBSCHA et al., 2009), tanto na questão da energia como da água. Além disto, nas casas que não possuem a máquina de lavar, as tarefas são realizadas “à mão”, no caso das roupas em baldes. Os baldes muitas vezes não são comprados, mas sim reutilizados de baldes de tinta ou outros produtos.

No entanto, em todos os lares em que havia máquina de lavar seu uso era unânime para centrifugar as roupas, pois acelera a secagem. A preocupação com o tempo de secagem das roupas não é em relação ao espaço, pois se reparou que eles estendem as roupas lavadas em diversos cantos ao redor da casa, mas sim com o uso já que não possuem muitas peças para revezar, como conta Mariana do Campo da Tuca: “É que a máquina de lavar eu quase não uso, só para centrifugar mesmo, ou quando tem muita roupa pra lavar”.

Outro fato interessante encontrado nesta pesquisa foi o compartilhamento da máquina de lavar, e de outros equipamentos, entre casas próximas. Esta prática ocorre sobretudo nas residências nas quais no mesmo terreno é construída mais de uma casa. Normalmente, o terreno e a casa da frente (original) pertencem aos pais, enquanto as casas “dos fundos” foram sendo construídas para os filhos e seus cônjuges, criando como se fosse um “complexo” de casas da família.

Em sua pesquisa, Castilhos (2007) também observou esse hábito de construir casas “nos fundos” do terreno da residência principal para os novos casais da família formarem um novo núcleo familiar. O autor levanta duas justificativas para tal ato: a redução de custo, decorrente tanto da não aquisição de um novo terreno, quanto do compartilhamento de algumas peças com a casa principal; e do simbolismo quase que inconsciente de manter a família física e moralmente próxima, alimentando a reprodução cultural da comunidade.

Essa disposição habitacional foi encontrada em diferentes comunidades, mas é importante ressaltar que, apesar da proximidade, as famílias pesquisadas com esse estilo de moradia procuram manter as suas individualidades dentro de seus lares e cada casa tem suas particularidades. Seguem alguns relatos sobre o compartilhamento da máquina de lavar e do convívio da família com diferentes casas em um único terreno:

“Eu faço mais ou menos um lavado por dia, às vezes acumula de dois em dois dias, no máximo! Mas como junta a roupa de todas as casa do pátio não dá para acumular muito, né? E no inverno suja mais roupa, acho que é porque se usa mais roupa, né? Me dá muita agonia deixar acumular sujeira dentro de casa, a gente lava com bastante frequência.”- Rosângela, Campo da Tuca

“Aqui a gente é muitos, a máquina fica aqui em casa mas como é tudo no mesmo terreno eles trazem pra lavar aqui. E meus filhos e noras trabalham muito, não vale a pena juntar, eu lavo roupa todos os dias. Se juntasse ia dar várias lavadas que fica no mesmo que lavar uma vez por dia. Mas eu cuido o nível da água, se é menos ponho no mais baixo, assim economiza um pouco também...”- D. Irene, Rubem Berta

“Nós como é tudo no mesmo terreno, não precisa mais de uma máquina... o povo vem tudo lavar aqui quando precisa, ou se não só centrifugar mesmo. O mais legal é que assim sem cerca e as casas tudo juntas os primos (meus filhos e dos meus irmãos) ficam tudo perto pra brincar junto, é aquela bagunça!” – Vanessa, Viamão

Com essas evidências encontradas em campo sobre este hábito sustentável de compartilhar equipamentos, aliadas àquelas atestadas também encontradas em pesquisas anteriores (SCHAFER et al., 2010; MARIANO, 2007) que atestam que as classes populares exercem o compartilhamento de itens, instaura-se uma crítica à pirâmide invertida de sustentabilidade proposta por Dobscha, Prothero e McDonagh (2009). Estes autores não consideraram nos 6 R's a questão do compartilhamento de itens por diferentes casas, pessoas ou famílias, que é fundamental para o caminho do consumo sustentável. Pode-se entender que esta prática esteja enquadrada dentro do “R” de redução, por diminuir o consumo de produtos, porém seria interessante acrescentar o compartilhamento como uma prática adicional na pirâmide, em razão de suas características únicas e significativas para os princípios de sustentabilidade.

Quanto à frequência de lavagem das roupas, muitas assumem lavar roupas todos os dias, enquanto poucas afirmam deixar acumular a quantidade para realizar a lavagem, geralmente quando trabalham durante a semana e deixam as tarefas do lar para fazer no final de semana. Além de serem tarefas que ocupam o dia daquelas que ficam em casa cuidando dos filhos, o outro motivo da elevada frequência de lavagem das roupas é o espaço para estender as roupas, que por serem lavadas a mão acabam demorando mais para secar pois não ficam bem torcidas como na centrífuga.

“Ah, lavo quase todos os dia porque a minha filha vai pra escola e suja muito. Não posso juntar muito porque não tenho espaço para estender. A minha máquina estragou agora porque eu coloquei uma roupa com fivela e agora vai ter que trocar toda a parte de dentro, ainda não consegui quem me conserte isso então só no tanque fica mais difícil porque não torce bem e

demora ainda mais pra secar, né? Então sempre que o varal tá livre eu já vou lavando.” – D. Marcela, Nova Dique

“Não sou muito ligada nisso, depende da quantidade que tem de roupa, mas às vezes espero acumular... não muito né, porque eu também gosto de deixar de molho de manhã e bater à tarde, para sair bem a sujeira sabe? Acho que deve dar mais ou menos umas quatro ou cinco vezes por semana.” – D. Luci, Morro da Cruz

Muitas assumem uma frequência quase diária como atestam os relatos de Vera e Thais, ambas da comunidade Mathias Velho: “Acho que eu uso a máquina umas 4 ou 5 vezes por semana, porque as crianças sujam muito, né?”, conta Vera. “Ah, a roupa eu lavo todos os dias mesmo, não dá pra acumular, sujou já vai pro balde!”, afirma Thais.

No entanto, aquelas entrevistadas que trabalham ao longo da semana acabam deixando a tarefa para o final de semana ou reduzem a frequência dos lavados para duas ou três vezes por semana, como é o caso de Lucineia que trabalha todo os dias, de segunda à sábado, no galpão de reciclagem do Campo da Tuca: “Para lavar roupa, por exemplo, eu faço só no final de semana porque espero acumular a de todo mundo durante a semana e assim encho os baldes”.

Em relação à louça, conforme os relatos, muitos afirmam lavar em seguida da refeição, sem deixar acumular, até porque não possuem muitos utensílios para revezar.

“Mas a louça não gosto que fique suja e também não tem muita para revezar, então se sujou já estou lavando.” – D. Luci, Morro da Cruz

“A louça eu não deixo acumular, sujou já estou lavando”. – D. Luiza, Nova Dique

“A louça é a mesma coisa, normalmente não acumulo muito, só quando dá muita preguiça”.- Rosângela, Campo da Tuca

No entanto, em visita nos lares observou-se louça acumulada com água na pia em algumas casas, que elas acabaram justificando: “é para sair bem a gordura, mas que não chega a ficar de um dia para outro”, diz D. Vera, da Mathias Velho. Já D. Susana assume que deixa a louça de molho na bacia de água, para lavar a louça acumulada mais facilmente.

Outro ponto interessante encontrado foi em relação aos produtos de limpeza utilizados nos lares dessas comunidades. Em diversas casas, os entrevistados estavam utilizando produtos que compram de uma Kombi que passa no bairro vendendo. É um líquido de cores

fortes, normalmente fluorescentes, que os moradores compram e chamam de ‘sabão líquido’. Muitos alegam que o produto serve para limpeza de “tudo”: da louça, do chão e da roupa. Abaixo as imagens coletadas em campo (figuras 10, 11 e 12) que ilustram a diversidade do uso dos produtos e os galões que mostram a preocupação em diluir para que o produto dure mais.



Figuras 10, 11 e 12 – Utilização de produtos de limpeza vendidos porta a porta

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013

Tanto os entrevistados que compram o sabão líquido da Kombi, quanto aqueles que compram produtos nos mercados, antes de utilizar diluem ao máximo os produtos (detergente, desinfetante, clorofina, etc.) justificando que serve para “render mais”. Todos eles possuem garrafas PET em casa para colocar os líquidos e diluir os produtos com água. Esse é um hábito sustentável que resolve o objetivo da limpeza e ao mesmo tempo diminui os recursos utilizados, ou seja, reduz a quantidade consumida de produtos de limpeza.

“Os produtos de limpeza que eu uso na casa e na associação são os mesmos: clorofila, desinfetante e o sabão líquido. Mas andam muito caros no mercado então compro direto dos caminhões que passam aqui na rua mesmo. Alguns dizem que esses são diluídos em água, mas não tem problema porque eu sempre diluo mais ainda, então rende bem e dura mais ainda!”. - D. Luci, Morro da Cruz

“Eu compro o sabão do moço que passa aqui na frente, não tem marca. Já compro de 5 litros em 5 litros que sai mais barato e dura bastante, porque ainda coloco água para render o sabão líquido né. Eu uso pra lavar as roupas, a louça... dá no chão também, é bem multiuso!” – Susana, Mathias Velho

“Eu uso o sabão líquido que compro do moço que passa aqui na porta de casa, é bem mais prático e não é caro.”- Thais, Mathias Velho

“Eu compro tudo que é produto do trabalhador que passa aqui na rua, é o sabão líquido de sempre e às vezes um alvex ou algum desinfetante.”-

Juliana, Mathias Velho

“Ah, eu uso de tudo! Desinfetante, água sanitária pro banheiro, detergente na louça e um cheirinho assim para passar no chão da casa e ficar bem limpinho. E também uso um alcoolzinho para matar tudo que é bicho, tem que ta seguro que limpou né!” - D. Irene, Rubem Berta

Algumas entrevistadas afirmaram o uso de certos produtos de limpeza específicos, porém através de pesquisa observatória dentro do lar, nota-se que na verdade a moradora está utilizando o mesmo sabão líquido das outras casas, diluído com água em galões de PET e utilizado na pia, no chão e na roupa, como foi o caso de D. Luana (Mathias Velho): “Eu uso sabão em pó, detergente de louça, Pinho Sol e Alvex... quase sempre compro tudo no mercado, tudo de marca mesmo”.

De forma geral, ficou evidente a prática da limpeza dentro dos lares e o tempo que colocam nas tarefas de lavar roupas, louça e a casa. Uma grande quantidade de água potável é utilizada para essas práticas, pois lavam-se as coisas com bastante frequência e normalmente com dispêndio de uma grande quantidade, “para lavar bem”. Com relação ao uso do recurso para limpeza do lar pode-se considerar que os hábitos não são sustentáveis.

6.1.3 A casa e a rua: limpeza dentro, sujeira fora

Essa preocupação com a qualidade da limpeza, tanto da roupa e louça, quanto da casa é uma característica predominante nos lares das comunidades visitadas. A roupa deve estar sempre muito limpa e a louça não pode ser acumulada, preocupações frequentes nos lares, conforme relatos apresentados na seção anterior.

Dentro das casas é importante que haja muita limpeza e os entrevistados fazem questão de reforçar e mostrar isso. No entanto, a realidade do cenário dos ambientes externos é muito diferente, e o comportamento da limpeza e organização não se replica. As condições de limpeza internas são notavelmente monitoradas e observou-se que tinha sempre alguém limpando, varrendo ou lavando, porém do portão da casa para fora é como se ninguém fosse responsável.

Essa dicotomia que existe entre a preocupação de manter o ambiente interno limpo e descuidar com as ruas do bairro foi observada em todas as comunidades. O ambiente externo dos bairros é sujo, cheio de lixo espalhado no chão, com muito material de construção e

outros dejetos de entulhos jogados pelas ruas (Figuras 13 e 14). Muitas vezes esses descartes são das próprias casas ao redor, que ao invés de cuidarem e destinarem corretamente, simplesmente largam na rua e não se responsabilizam, pois está fora de seus terrenos individuais.



Figuras 13 e 14 – Lixo e restos de materiais de construção nas ruas

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013

O brasileiro Roberto Da Matta (1998), em sua obra “A casa e a rua”, discorre sobre o assunto de maneira a interpretar essa prática não sustentável encontrada nas comunidades.

“O fato é que tempo e espaço precisam, para serem concretizados e sentidos como "coisas", de um sistema de contrastes. Cada sociedade tem uma gramática de espaços e temporalidades para poder existir como um todo articulado, e isso depende fundamentalmente de atividades que se ordenam também em oposições diferenciadas, permitindo lembranças ou memórias diferentes em qualidade, sensibilidade e forma de organização” – Da Matta, 1998

Da Matta (1998) ainda coloca que certos rituais servem para uma esfera e não para as outras, ou seja, as práticas de dentro de casa são diferentes daquelas realizadas na rua, e as comunidades socialmente se estruturaram assim dessa forma. A partir desta análise, é possível constatar que o ambiente interno (casas) é tratado pelas pessoas como patrimônio individual e, portanto, com cuidado ao passo que a rua é de todos, da sociedade, e não sugere cuidado e atenção como nas práticas utilizadas dentro das casas.

Além disso, a preocupação com a limpeza não necessariamente implica em higiene, pois notou-se que no momento do intervalo para o almoço são poucos os que lavam as mãos antes de vir para a mesa, mesmo aqueles que trabalham separando lixo no galpão. A limpeza tem o sentido simbólico de transformar aqueles ambientes, que geralmente tem estrutura precária e aparência desagradável, em um lar livre de “coisas ruins”, de sujeira. Porém os

hábitos de higiene muitas vezes não acompanham esse ritmo e acabam sendo deixados de lado.

Outro ponto é o hábito do fumo, que é muito comum nestas comunidades, e não há cuidado no descarte dos cigarros consumidos, nem dentro e nem fora de casa.

“O cigarro acho que pode ser insustentável né? meu marido fuma, isso é um saco, ficam as butucas pra tudo que é lado... eu já falei, falei várias vezes, mas não adianta. É vício de fumar e vício de tocar no chão os restos”.- Mariana, Campo da Tuca

“Quando eu vou nas reuniões com os outros representantes dos principais galpões de Porto Alegre, todo mundo se comenta sobre o ritmo e os integrantes... E todos ficam apavorados quando eu falo que não tem briga no meu galpão, não tem drogas no meu galpão e não tem alcoolismo no meu galpão. Nos outros isso é muito comum, por exemplo, eles pegarem os restos de bebida que vem nas garrafas, ou se envolverem com tráfico de drogas, entrarem e saírem bêbados ou chapados... Aqui no meu galpão todos sabem que eu não tolero isso, então ninguém nem arrisca! O único ‘mal’ que tem aqui no meu galpão é o cigarro, a maioria fuma, mas isso não tem tanto problema, né? Só fico pedindo pra cuidarem com as butucas, não jogarem pra qualquer canto, até pelo perigo de incendiar... e também não abusarem nas pausas, né!” – Rosângela, Campo da Tuca

6.1.4 O (re)destino do lixo dentro de casa

A resposta imediata e praticamente uniforme quando os entrevistados foram questionados sobre reutilizar ou reaproveitar algo que iria para o lixo é “não, nada”. No entanto, explorando melhor a questão no diálogo, aos poucos todos foram manifestando naturalmente alguns exemplos de coisas que reaproveitam, muitas vezes sem sequer perceber.

Alguns hábitos são comuns nas casas visitadas em diferentes comunidades, permitindo, com a repetição das evidências, estabelecer-se um traço conclusivo nas práticas cotidianas desses lares. Muitas práticas foram observadas pelo pesquisador dentro da casa e então incluídas no diálogo para explorar os motivos e a percepção deles em relação ao hábito.

As garrafas PET são utilizadas com diversas funções e frequentemente também são aproveitadas nas oficinas de artesanato. Em todos os lares elas são reaproveitadas basicamente para gelar água potável e diluir produtos de limpeza. Outros recipientes também são reutilizados para novas funções após o consumo do produto, como potes de plástico de

geleias, natas e outros produtos, ou copos de vidro de extrato de tomate ou requeijão. Essa prática de reutilizar embalagens é considerada um consumo sustentável, reduzindo o lixo gerado e reaproveitando para um novo uso aquilo que originalmente seria descartado (DOBSCHA et al., 2009).

Esses reaproveitamentos de embalagens que iriam para o lixo foram constatados inicialmente através de pesquisa observatória, como, por exemplo, muitos “copos” de vidro reutilizados no corredor e garrafas PET com água nas geladeiras de quase todas as casas ou ainda embaixo da pia com produtos de limpeza diluídos. Alguns também utilizam a criatividade em artesanatos e oficinas para transformar o que inicialmente seria “lixo”; agregando valor para a reutilização. Este ponto será explorado no terceiro subcapítulo dos resultados.

Em relação aos desperdícios, a preocupação geral busca a redução ao zero, motivada além da razão de limites econômicos, pois essa prática perpassa os princípios e estilo de vida que adotaram. A comida quando sobra não é descartada no lixo, já que antes mesmo de estragar eles já utilizam para alimentar os cachorros. Essa é uma característica comum; tem muito cachorro vira-lata pelas ruas da comunidade e algumas famílias os adotam para dentro dos lares ou dos ambientes como o galpão de reciclagem, a escola e outros locais da comunidade. Mesmo aqueles que não adotam deixam a comida na frente das casas para os cachorros de rua comerem. Os restos de alimentos que sobram e não são aproveitados para alimentar os cachorros muitas vezes são utilizados para a adubagem dos quintais, como descrito na primeira seção desse subcapítulo. A única certeza que todos têm é de que “fora não vai!”, como atestam os relatos abaixo:

“Nem pensar! Aqui alimento fora é que não vai... tudo o que sobra alguém leva para casa ou se dá para os cachorros...”- Rosângela, Morro da Cruz

“Não sobra quase nada de comida aqui, porque a gente faz de pouquinho em pouquinho para não estragar. Guardamos garrafa PET para gelar água e diluir os produtos de limpeza.”- Seu Murilo, Vila Dique

“A comida que sobra dou para os cachorros, então na verdade nunca sobra. Uso as PET pra guardar água na geladeira e também deixo aqui de baixo da pia, pra se faltar água. Mas também uso elas pra diluir e armazenar produtos de limpeza da casa.” – Vera, Mathias Velho

“Uso as garrafas PET pra armazenar água, falta muito seguido água aqui porque é das últimas casas da rua, e ainda quando tem, é fraca [mostra e

realmente água sai sem pressão]. E junto os restos de comida pro cachorro da vizinha, porque aqui a gente não tem mas também não é por isso que eu vou colocar fora né?” – Luciana, Mathias Velho

“Uso as garrafas PET para gelar água e o que sobra de comida dou pros cachorros, que eu tenho três”. [observatória: no corredor da pia os copos eram os recipientes de vidro de produtos] “ah sim, esses vidros de extrato de tomate e ervilha eu sempre guardo, porque copo é aquela coisa né, quanto mais melhor, e se tem esses bonitinhos que vem eu até prefiro.” – Thais, Mathias Velho

“Junto garrafa plástica pra botar água e pra diluir o sabão líquido que a Kombi entrega na frente aqui de casa, dos Rodrigues, que eu uso pra lavar a louça, mas diluindo rende mais, né?E esses vidros de tomate que serve direitinho que nem copo, nem se percebe”- Luana, Mathias Velho

“Também aproveito os copos de vidro quando vem nas embalagens dos produtos que nem molho de tomate e requeijão.” – D. Luiza, Vila Dique

“As garrafas PET a gente separa pra colocar água e esses copos de vidro são tudo reaproveitados de conservas ou molhos ou outras coisas... Aqui nada vai fora, até os restos de comida eu dou pros bichos, porque normalmente tem muito gato e cachorro de rua que fica passando fome e eu não gosto disso... então quando eu sei que não vão comer aqui ou na associação alguma comida eu já coloco num jornal para eles pegarem, antes que estrague.” – D. Luci, Morro da Cruz

“Ah, tem os potes de chimia também que eu guardo pra colocar comida. Não que eu não tenha daqueles de plástico que se compra! Mas é que sabe como é, as vizinhas vem sempre aqui pedir pra levar um pouco disso, um pouco daquilo, e fica melhor nesses potes que eu posso dar para elas levarem, sem levar os meus”. – D. Marcela, Rubem Berta

“Guardo todas as sacolas plásticas pra reutilizar, que volta e meia tem alguma coisa pra carregar ou guardar, ou até pra alguém levar daqui de casa, então se usa bastante, não tem porque jogar fora!” – D. Susana, Mathias Velho

Por fim, um último ponto observado sobre os hábitos cotidianos nos lares dos entrevistados foi em relação à separação do lixo. Em alguns bairros existe a coleta seletiva e em outros não, porém em todos os lares havia algum tipo de separação. Em algumas

comunidades, por possuírem um galpão de reciclagem no bairro, os moradores conhecem melhor as regras da separação do lixo e utilizam o vocabulário de separação naturalmente.

Nessas comunidades, muitos foram informados pelo contato direto ou indireto que já tiveram no galpão e outros pela educação das crianças nas escolas das comunidades, nas quais existe também um trabalho de educação ambiental, que é transmitido pelas crianças aos pais em uma educação reversa. O resultado da educação reversa foi manifestado espontaneamente no diálogo das mães entrevistadas, como conta D. Luana (Mathias Velho): “Meu maior orgulho são os estudos da minha filha, de 10 anos, que está na 5ª série. Eu escuto muito tudo que ela vem me ensinar, porque eu não tive essa sorte. Então tudo que vem de recomendação da escola a gente segue a risca aqui em casa”.

A educação sobre a separação e a “viagem” do lixo até a reciclagem é um tema presente na pauta de todas as escolas públicas infantis visitadas nas comunidades. Os diretores das escolas visitadas afirmaram que a prática da separação do lixo é ensinada em todos os níveis desde os primários, e muito cobrada por todos os professores. As escolas possuem lixeiras de dois tipos (seco e orgânico) em todas as salas e no pátio. Na Mathias Velho o diretor Jair acredita que as crianças “acabam levando da escola para dentro de casa”. No Campo da Tuca a escola está em constante parceria com Rosângela e com o galpão de reciclagem, até pela proximidade dos dois ambientes.

“A gente tá sempre em trabalho conjunto com a escola, orientamos tanto os professores como os alunos na separação do lixo e nos cuidados que eles podem nos ajudar na separação depois. Então, por exemplo, a gente já mostra o que não vale a pena colocar no lixo seco, que nem o isopor e as sacolinhas plásticas. E também passamos dicas de como conservar melhor alguns lixos para que cheguem em melhores condições no galpão. Por exemplo, se alguém tem uma garrafa de vidro vazia que pode ser reutilizada inteira e vai colocar no lixo seco, orientamos a abrir uma garrafa PET de refrigerante para colocar a de vidro dentro e proteger para não quebrar no caminho que faz até as usinas. É uma coisa simples e que pouca gente conhece, mas ensinando para as crianças ajuda a passar pra toda família” – Rosângela, Campo da Tuca

As atividades com materiais de descarte, “sucatas”, são bem frequentes nas escolas e as crianças aprendem a transformar o lixo em brinquedos, jogos e outras utilidades. Cartazes com orientações sobre a separação de dejetos e latas de lixo com diferenciação por cores também são práticas proporcionadas pelo ensino (Figura 15). O professor Fábio, da escola

Campo da Tuca, relata que trabalham com projetos de reciclagem com as crianças: “Tá em alta a reciclagem, aqui a gente trabalha bastante isso com as crianças. Aqui na escola temos o projeto ‘Reciclagem para todos’ que serve para ajudar tanto os professores quanto os alunos a separar.”



Figura 15 – Cartaz exposto nas colunas da área coletiva da escola

Foto registrada em campo pelo pesquisador, 2013

E muitos pais entrevistados afirmaram espontaneamente que os filhos aprendem a separação na escola e acabam “vigiando” os lixos de casa e corrigindo os pais quando algum descarte foi colocado no destino errado:

“Olha, aqui em casas as crianças não ajudam muito na limpeza... mas o meu mais novo, de dez anos, sempre me corrige pedindo pra cuidar aonde vão as coisas e diz que eu não estou ajudando o meio ambiente porque eu fumo e jogo a butuca no chão” – Marilene, Campo da Tuca

“As minhas crianças aprendem muito rápido, já sabem separar tudo, no colégio também ensinam tudo isso... e eu falo pra eles que separar é renda, é dinheiro pra quem vive disso. Mas ai deles se não souberem, eu pego eles... tem que entender no mínimo da separação para me ajudar com essas coisas em casa”. – Lucineia, Campo da Tuca

“A minha filha aprende todas essas coisas de separação com as tias na escola. Ela chega a olhar na lixeira se tá tudo no lugar certo. Eu digo ‘tu não começa, guria!’, e ela me pede que esteja ‘tudo nos seus lugares’.” – Mariana, Campo da Tuca

“Ali na escola das crianças sempre pedem para levar coisas do lixo para utilizar em atividades também fazem o ensino do plantio.” – Luciana, Mathias Velho

Além da separação do lixo e do reaproveitamento de descartes para as atividades, outros temas que envolvem a sustentabilidade também são trabalhados nas escolas, como a economia de recursos naturais e questões da natureza. Campanhas de economia de água e energia e programas em prol do meio ambiente nas datas especiais como semana do meio ambiente, dia da água e dia da árvore também estão presentes no calendário de atividades das escolas. Nas escolas notou-se “placas” com avisos para cuidar o uso da água (nos banheiros) e como separar o lixo, com os destinos nas lixeiras corretas. Na escola da Mathias Velho, no período da pesquisa, estavam fazendo um trabalho com o “mascote da sustentabilidade”, apelidado “João de Barro”, que é patrocinado pelo governo em função das obras da Rodovia do Parque. Através do mascote, eles oferecem palestras sobre o meio ambiente para os professores e as crianças de todas as etapas.

“Com as crianças da educação infantil a gente adapta o assunto de acordo com a curiosidade dos alunos; por exemplo o sistema das abelhas incluímos na atividade porque que um aluno foi picado e então criaram o tema “bichinhos no jardim”, para cada semana trabalharmos algum animal da natureza.”. Fábio, Campo da Tuca

“As crianças tão sempre falando algo que aprenderam na escola. Por exemplo esses dias veio a folhinha da alimentação saudável, dai eles ficam em cima da gente pra cuidar o que tá comendo e o que não tá” – Thais, Mathias Velho

Esponaneamente, alguns pais entrevistados também manifestaram o “policiamento” dos filhos em relação ao consumo de recursos dentro de casa, como, por exemplo, o relato de D. Daiane (Mathias Velho): “Eu tô sempre lavando aqui, lavando ali... mas minha filha me xinga, diz que eu sou ‘meia’ gastadeira de água”.

Em alguns bairros há coleta seletiva do lixo, e nestes os entrevistados afirmaram separar e conhecer as regras para a destinação dos descartes corretamente, o mesmo foi constatado nos lares. Mariana, por exemplo, afirma que realiza a separação e no seu discurso utiliza as nomenclaturas de lixo ‘seco’ e ‘orgânico’ naturalmente, pois já trabalhou no posto de reciclagem da comunidade há mais de sete anos e levou consigo os aprendizados: “Tem separação do lixo aqui em casa há muito tempo porque tem coleta seletiva na comunidade. A

coleta do orgânico é diária e do limpo é três vezes por semana. Eu separo os plásticos, papéis e vidro no seco e o resto (comidas e outros) no orgânico. Com o galpão aqui do lado, informação todos tem bastante aqui no bairro, só que faz quem quer, né?”. Fábio também conta que realiza a separação corretamente e exemplifica: “Aqui tem coleta seletiva e eu separo o lixo. Conheço as regras, separo até a borra do café para não sujar o papel porque sei que quando suja é pior para a reciclagem, eles ganham menos dinheiro na venda”.

Nas casas nas quais não há coleta seletiva, eles acreditam não realizar a separação do lixo e alegam colocar tudo no mesmo descarte. No entanto, ao explorar a pergunta da separação e através de pesquisa observatória, verificou-se que eles ainda possuem um hábito comum de separar todos os plásticos PET, os papelões e vidros, itens que não são colocados no lixo orgânico. A prática de deixar garrafas PET penduradas nas grades de suas casas, sacolinha com papelões e outras com vidros é estimulada pela consideração com os vizinhos que recolhem para vender nos galpões de reciclagem.

“Aqui não tem separação, já vou logo te avisando... eu detesto mentira, se não tem eu digo mesmo... pode ver, a gente tem que colocar tudo no mesmo lixo porque não tem duas coletas...”. Quando se aprofunda a pergunta ela completa: “Só separo as garrafas de plástico porque um vizinho recolhe aqui para vender, o papelão que também estão sempre pegando, tem o filho da minha vizinha que sempre junta, e uns vidros que a gente reaproveita para outras coisas ou o pessoal leva. Se for ver, nunca tinha pensado, mas no fim praticamente quase nada vai fora, muito pouca coisa...” - D. Luci, Morro da Cruz

“Ponho tudo no mesmo lixo”. Quando a pergunta é aprofundada no diálogo, Dona Irene complementa: “ah, eu ‘ajunto’ todas garrafas de plástico pra minha vizinha que recolhe aqui de nós todos, e alguns materiais de plástico assim tipo frasco de shampoo também... também coloco em uma sacola separada os papelões pro carroceiro que passa e como sei que ele já pega só isso, então facilita pra ele. Os lixeiros nem levam porque já sabem que é para os carroceiros. Ah, e tem mais uma coisa que separo pra outra vizinha: os vidros de pepino e conservas. Mas alguns eu guardo para mim, porque eu faço rabanete em conserva então já aproveito esses vidrinhos”. – D. Irene, Rubem Berta

“Quando sobra garrafa PET lá em casa eu passo pra minha vizinha que sempre quer, ela vende na reciclagem” – D. Luciana, Mathias Velho

"Junto garrafa plástica pra minha vizinha (Thais), que vende na reciclagem."

– D. Susana, Mathias Velho

Nesta prática sustentável, que contribui fortemente para a reciclagem do lixo (DOBSCHA et al., 2009), mais uma vez aparece o senso de coletivo e a reciprocidade, até mesmo com aqueles que podem não ser tão próximos, como é o caso daqueles que separam para os catadores.

“Ponho tudo fora, não separo nem uso nada do lixo”. Quando a pergunta foi explorada, Dona Luiza retifica: “ah, os PET sim, eu tiro pra colocar na grade pro pessoal levar porque senão eles ficam rasgando todo o lixo e fica uma porcaria. A mesma coisa as caixas de papelão, eu separo numa sacola diferente. Aqui tem gente relaxada que não faz e depois fica todo lixo aberto aí na rua.” – D. Luiza, Vila Dique

“Não tem por que separar se não buscam dos dois tipos. Eu só tiro o papelão e as garrafas PET porque coloco na grade para os catadores, aqui tem muito, e se não faz isso eles rasgam todo o lixo. Separando fica melhor para a gente e para eles, que o papelão não pega outras sujeiras do lixo.” - D. Marcela, Vila Dique

“Ou quando a gente não vai usar os PET eu guardo para ‘doar’ para os catadores que passam”- Seu Murilo, Vila Dique

6.2 CONSUMO SUSTENTÁVEL COM CRIATIVIDADE E INTERAÇÃO SOCIAL

Na sessão anterior apresentaram-se algumas práticas cotidianas de consumo, sustentáveis ou não, realizadas dentro de casa, que foram encontradas nos lares de classes populares nas comunidades pesquisadas. Nesta segunda etapa, exploram-se as práticas de interação social evidenciadas em diferentes organizações presentes nas comunidades e relacionadas ao consumo sustentável cotidiano dos entrevistados.

Inicialmente, foram consolidados os hábitos de interação social na “vizinhança”, ou seja, aquelas trocas realizadas entre os vizinhos, familiares e amigos no entorno do lar. Em seguida, apresentam-se as práticas de criatividade para o consumo sustentável, realizadas através de organizações e oficinas que incentivam essas ações dentro da comunidade. Por fim, são analisadas as ações que envolvem os galpões de reciclagem presentes em duas comunidades pesquisadas e o cotidiano da reciclagem nesse meio.

6.2.1 A vizinhança - senso de coletivismo social e redistribuição

A partir das respostas espontâneas e naturais dos diálogos da pesquisa, ficou evidente que a preocupação e, acima de tudo, a colaboração com os vizinhos é um forte valor nas comunidades. Para eles, os vizinhos são mais do que amigos; são considerados parte de suas famílias e suas casas representam a extensão de seus 'pátios'. O senso de coletivismo, no qual uns pensam em colaborar com os outros, resulta numa proximidade muito além da geográfica, uma proximidade de confiança.

A relação de confiança é extremamente valiosa e permite uma troca de favores recíproca, sem cobranças ou comprometimentos formais, com ganhos para todos. Nela cria-se uma rede, na qual uns conhecem e interagem com os outros, e as famílias se reúnem e misturam-se. A confiança entre as famílias, por exemplo, se reflete naquelas mães que trabalham e possuem filhos pequenos e que muitas vezes deixam suas crianças com as vizinhas que ficam em casa.

As casas também não possuem muita divisória e proteção, e observa-se que os muros e grades geralmente são baixos, não havendo uma preocupação significativa com a proteção interna do lar, o que Castilhos (2007) também evidenciou em sua pesquisa. Essa confiabilidade e segurança podem ser reflexos dessa rede de contatos próximos que proporciona o que Rosângela, do Morro da Cruz, relata:

“Aqui todo mundo se conhece, os bons e o maus... mas é cada um no seu canto, ninguém mexe com ninguém aqui dentro da comunidade, não é como mostram na TV... A mídia também crucifica a nossa comunidade, tudo o que vendem da Tuca são as drogas, como se fosse só isso ou como se fosse em qualquer canto. Não é assim, aqui tem muito morador digno, muita gente do bem, precisando de trabalho e querendo melhorar. Os moradores se dão bem, no geral todo mundo se ajuda e ninguém incomoda ninguém, não tem muitas brigas ou confusões... Os traficantes têm o canto deles e o horário deles... Mas sabem com quem não podem mexer aqui dentro... Mas o mercado deles não tá aqui dentro, tá lá fora, na classe alta, nos riquinhos que vem ou mandam vir gente pra comprar droga. Quem incentiva isso são eles, ou tu acha que é a gente aqui, honesta, que dá duro pra ganhar cada real que consome essas porcarias? Eu já tirei muita gente desse bolo aqui com o galpão, e ninguém nunca deu problema aqui na comunidade.” – Rosângela, Campo da Tuca

A análise das práticas cotidianas de consumo sustentável relatadas no subcapítulo anterior mostra algumas ações que tangenciavam essa relação da “vizinhança”, e para aproveitar a ligação do assunto, esses hábitos já foram relatados nas outras seções. Retomando as práticas de interação social exploradas previamente:

- Preparar mudas de plantas para doar para as vizinhas;
- Cultivar hortas comunitárias;
- Guardar restos de comidas para os cachorros das vizinhas;
- Guardar garrafas PET e outros descartes para as vizinhas que vendem na reciclagem;
- Deixar separados resíduos como garrafas PET, papelão e outros itens recolhidos pelos catadores;
- Utilizar caronas dos vizinhos que possuem carro;
- Repassar equipamentos usados para os vizinhos.

Analisando melhor este último item citado, o hábito de repassar coisas para os vizinhos é muito comum. Quando os entrevistados foram questionados sobre o que faziam com o que “não queriam mais” majoritariamente responderam: “passo pro meu vizinho”. Essa prática não se restringe apenas a equipamentos, mas também móveis e sobretudo roupas dos filhos. Essa prática é considerada redistribuição (DOBSCHA et al., 2009), que não gera mudança na matéria, reciclagem e nem descarte, o que muda é simplesmente o usuário que reaproveita os itens previamente usados.

“As coisas que a gente não usa mais tipo roupas e outras coisas eu passo tudo para as minhas vizinhas, e elas também guardam para mim ou pras crianças. A gente se troca bastante coisas, principalmente essas das crianças mesmo” – Marilene, Campo da Tuca

“Repasso as minhas coisas e da minha filha que a gente não usa mais pra minha irmã que tem 6 filhas.” – Mariana, Campo da Tuca

“Se eu acho que não tô usando muito, eu já dou pra alguém aqui na comunidade, pras vizinhas. Mas até seria bom se tivesse uma feira para levar e trocar as coisas usadas né? Até porque o que é velho pra um, pra outro não é!” – D. Irene, Rubem Berta

“As coisas que eu e minha família não usamos mais vão tudo para os vizinhos... principalmente dos filhos, repasso tudo!” - D. Vera, Mathias Velho

“Passo e recebo roupas das vizinhas, principalmente da minha irmã” – D. Luciana, Mathias Velho

“Ah, o que não se usa a gente troca com as vizinhas, assim quando as roupas não servem mais nas crianças, e outras coisas. Aqui nada se perde!” – Thais, Mathias Velho

Essas trocas que refletem a prática da redistribuição (DOBSCHA et al., 2009) de itens usados também foram encontradas nas escolas das comunidades Mathias Velho e Campo da Tuca, que possuem arrecadação de brinquedos e livros durante o ano todo, na campanha que chamam de “troca-troca” e distribuem no início do ano letivo para os alunos. Nas escolas também solicitam que os alunos devolvam os uniformes antigos ou que não servem mais para repassarem para os novos entrantes ou outras crianças que cresceram e precisam de um novo número.

Apesar de alguns conseguirem trocar coisas nos brechós das comunidades, de forma geral os entrevistados afirmaram não possuir o hábito de comprar itens usados em brechós, pois atestam ter um sentimento de exploração já que muitos revendem doações recebidas de entidades. Nesse caso, a prática iria contra o valor deles de reciprocidade, e muitos alegam “não concordar” com essa prática. Normalmente eles são frequentados para aquisição de sapatos, como assumem os relatos das mães que costumam comprar “tênis para as crianças”, já que, diferente dos demais itens, este elas consideram com um bom custo-benefício.

“Nos brechós eu vou às vezes, mas não compro, eu troco mesmo, principalmente sapatos pra minha guria”. – D. Marcela, Rubem Berta

“Não compro em brechó, é tudo muito caro pelo o que vendem. As minhas coisas eu compro tudo ali na Assis Brasil sempre” – D. Luiza, Vila Dique

“Não gosto muito de brechós, acho uma exploração. Muitas vezes eles ganham os itens em doação e revendem para lucrar, isso é um absurdo”. – Marilene, Campo da Tuca

“Não compro quase nunca em brechó, só lá na escola tem um brechó que eles recebem coisas de doações e repassam aos moradores, e é tudo coisa boa. Tô pra te dizer que essa escola tem tudo, essa creche é de 3º mundo [quando quis dizer 1º mundo]”. – Mariana, Campo da Tuca

“Nos brechós não tá valendo a pena. Esses dias passei aqui no da rua do lado e tinha um blusãozinho assim fininho de homem, até olhei pra comprar pro meu guri, mas era 35,00 reais e tava cheio de bolinha, pelotinha, aquelas que fica de lavar, sabe? Ainda disse pro meu guri que estava muito caro. Então o preço é muito elevado, por esse valor ou muito próximo eu compro novinho, que se acha por aí.” – D. Irene, Rubem Berta

“Já comprei alguns calçados em brechós aqui do bairro, principalmente no da Dona Mara. Pego mais é tênis pras crianças, que estragam sempre... Mas eu não concordo com a venda de produtos usados, porque se fosse eu que tivesse algo sem utilidade não venderia, doaria.” – D. Vera, Mathias Velho

“Compro em brechós algumas vezes, mais quando é calçado e abrigo, que daí vale a pena” – Susana, Mathias Velho

Ainda assim, além das lojas de brechós de empreendimentos individuais, em algumas comunidades há brechós organizados também por entidades que recebem doações e cobram um valor simbólico para as peças. A finalidade não é lucrativa, mas tem dois objetivos: fazer com que os moradores valorizem o que estão coletando e custear o trabalho daqueles responsáveis para organização das doações, que normalmente também são muito carentes.

Na ONG Acompar, na comunidade Rubem Berta, ocorre um brechó todas as segundas-feiras, no qual as peças são vendidas por R\$ 1,00, R\$ 2,00 ou R\$ 3,00 como valor máximo. As doações possuem diferentes fontes e normalmente são mais fortes durante períodos de festas comemorativas, como natal, festa junina e etc.

Na associação da comunidade Morro da Cruz também ocorrem brechós periódicos, e D. Luci explica seu funcionamento:

“Esse é o principal brechó aqui do morro. Organizamos sempre que recebemos novas doações e conseguimos separar, aí todos ficam sabendo e uma hora ou outra passam aqui. As peças normalmente custam de R\$ 2,00 a R\$ 10,00, vai tudo em ‘baixo preço’, mas na quantidade acaba dando uma renda suficiente. As pessoas perguntam porque a gente vende se a gente ganha essas roupas, e por isso alguns ficam um pouco revoltados, na verdade esse preço é um valor simbólico que ajuda a garantir que não haverá desperdícios e porque a gente tem trabalho em conseguir as doações e separar tudo, e a gente também precisa se sustentar... e não é fácil organizar tudo isso, dá trabalho, viu?!” – D. Luci, Morro da Cruz

As roupas são recebidas por doações de bairros da média e alta classes sociais e por essa razão grande parte das roupas ainda estão em boas condições, além de ter muita roupa de marca, que desperta o desejo de consumo sobretudo dos mais jovens. Um clube localizado em bairro nobre Porto Alegre envia sacolas de roupa periodicamente, além de outros parceiros que também contribuem com bastante frequência. No salão central da associação ficam no chão as sacolas com as roupas recebidas e os sapatos, nas mesas estão organizadas as pilhas de roupas separadas por tipos e nas araras são estendidas roupas para serem expostas nos brechós. Além disto, observou-se que em dias de brechó, na frente a associação ficam algumas peças penduradas na frente ou estendidas nos muros, que D. Luci afirma ser um sinal para os moradores de que chegou novo “carregamento” com novidades, chamando a atenção dos que passam pela frente e é uma técnica que ela acredita que ajuda a “vender mais”.

Os itens mais procurados e adquiridos, assim como evidenciado nos outros relatos, são os sapatos, sobretudo os tênis que ficam com preços muito baixos para um item com alto valor agregado e geralmente em bom estado. Segue comentário de moradora da comunidade frequentando o brechó da associação: “Gostei desse sapato pro meu marido e esse tênis para mim, deixa eu ver se serve... [experimenta] não, muito apertado... Mas esse do meu marido tá bem legal, hein?! Vou levar.”.

E ela complementa com sua opinião as objeções de alguns moradores sobre a revenda de itens originalmente doados:

“Os outros falam que são desvios, mas eles estão trabalhando aqui! E o preço de tudo é muito justo, só paga o trabalho de organizar e olhe lá... Eles são inocentemente acusados desses desvios por aqueles vagabundos que não enxergam o trabalho do dia a dia. A D. Luci é a pessoa mais humilde dessa comunidade, desapegada e trabalhadora... Já viu onde ela mora? Não tem nada de privilégio, pelo contrário! Pode ver, ela quase nunca pega nada do que vem, praticamente só o suficiente para sobreviver e quer mesmo é vender, porque se ficasse pegando tudo não ia ter dinheiro pra pagar as contas!” – Lenita, Morro da Cruz

Assim, fica claro que existe uma barreira por parte de alguns sobre esse sistema de funcionamento dos brechós, quando a fonte dos itens é por doação, mas também esta sistemática é justificada e reconhecida pelos frequentadores como meio de trabalho para os organizadores e oportunidade para os consumidores. Na verdade, independente do sistema,

essa prática contribui para a redistribuição de itens usados e permite com que os mais carentes tenha acesso a produtos, roupas e sapatos de boa qualidade por um preço simbólico.

Outro hábito identificado nas comunidade que envolve a interação social da “vizinhança” e a sustentabilidade foram os consertos. É comum vizinhos contribuírem uns com os outros coma consertos de objetos e reformas e cada um aproveita suas melhores habilidades para ajudar os demais. Nas comunidades muitos homens trabalham em funções como pedreiros, marceneiros e eletricitistas, podendo ajudar a família e os vizinhos na construção de muros, instalação de equipamentos e fiação, montagem de coisas de madeira e outras necessidades.

D. Luci conta que, para diminuir o custo das reformas, a alternativa é contratar alguém “conhecido” da comunidade:

“Essa casa aqui da associação ficou 15 anos fechada, porque tinha muito perigo de desabar e precisava de uma grande reforma. Aí o governo prometeu R\$ 40 mil para a reforma e no fim só veio R\$ 27 mil, então a gente teve que fazer com o que tinha, só o básico e mais importante. Conseguimos um pedreiro aqui da comunidade mesmo, que cobrava bem menos e já era conhecido nosso. Teve economia nos materiais também porque ele conhece o pessoal que vende e pediu descontos, então até que deu, só que não ficou o que imaginávamos, mas pelo menos deu para reabrir a associação. Pode ver, ainda tem parede sem reboco, o teto precisando de forro, a cozinha que está pelos pedaços... mas a gente se vira aqui, e daqui a pouco conseguimos ir melhorando aos poucos.” – D. Luci, Morro da Cruz

Observou-se que quando se caminha nas ruas das comunidades é comum todos se cumprimentarem e já puxarem rapidamente um assunto pendente, frequentemente sobre alguma troca de favores deste tipo de ajuda. Por exemplo, na comunidade Campo da Tuca, Rosângela estava caminhando da escola para o galpão de reciclagem quando cruzou por um rapaz e chamou ele para perguntar porque não tinha ido ajudar na obra da casa da filha, e ele respondeu: “ah, eu não sabia que já estavam construindo.”. Mas ela corrige: “não né, primeiro tem que demolir para depois construir naquele terreno... mas eu preciso da tua ajuda também para demolir”. E o rapaz confirma: “ah tá, mas por que não falou antes? Eu vou lá, pode deixar...”. Quando o pesquisador aproveita o diálogo para perguntar sobre a cooperação entre os vizinhos na comunidade, Rosângela responde: “Olha, aqui é difícil alguém negar ajuda um para o outro. Sempre que alguém precisa tem alguém para ajudar, em tudo, não só nas obras,

mas pra cuidar dos filhos, levar no hospital, conseguir alguma coisa que precisam e tudo mais.”.

A Dona Luci, do Morro da Cruz, também atesta sobre a cooperação entre vizinhos na comunidade e ajudas para consertos dentro dos lares:

“Aqui todo mundo se ajuda. Eu moro há 20 anos aqui e nunca tive inimizade com nenhum vizinho. Outro dia caiu a cerca da minha casa, já veio um para arrumar para mim. A minha casa também, ganhei uns pedaços de madeira e quem montou para mim foi um outro vizinho, e ele não me cobrou nada! Uma vez estragou uma parede com a chuva e teve um amigo do vizinho ali do lado que foi trocar para mim. E assim vai... É muito difícil ter briga aqui, vizinho é quase tudo parente, entende?” – D. Luci, Morro da Cruz

O conserto de objetos usados para a reutilização também apareceu na pesquisa, porém mais comum nos galpões de reciclagem, sobretudo entre os homens. Percebe-se que no geral eles possuem pouco conhecimento específico, mas muita criatividade para resolver as situações e principalmente predisposição a tentar consertar antes de descartar.

“É claro, aproveito muita coisa que chega aqui no lixo: espelho, prato, talheres, rádio, celular... E por incrível que pareça muita coisa já vem pronta pra usar, mas algumas precisam de ajustes finos ou pequenos consertinhos sabe, pra arrumar. Daí a gente faz aqui mesmo ou eu peço pra um dos guris, quando é eletrônico e essas coisas”. - Marilene, Campo da Tuca

“Ah sim, às vezes aparece coisa boa no lixo, que é só colocar pilha ou dar uma ajeitada, mas nada muito difícil”. - Maicon, Campo da Tuca

“Eu conserto eletrônicos, mas é um lazer, eu que gosto de fazer isso. Às vezes pego na rua algum eletrônico que parece estragado e quando consigo arrumar é muito bom!” - Fábio, Campo da Tuca, que faz curso de analista de sistemas.

Em pesquisa observatória notou-se que muitas vezes eles arrumam e consertam coisas sem nem se dar conta, mas trazem sempre soluções criativas que permitem a continuidade do uso daquele objeto. Um exemplo disso ocorreu durante o diálogo com Rosângela, do Campo da Tuca. Sua neta, uma bebê de alguns meses, estava brincando com a bolsinha de sua mãe e acaba arrebatando o cordão do acessório. A filha de Rosângela fala para mãe que depois vai ajeitar, mas Rosângela pega a bolsinha e diz que vai consertar naquele momento. Ela tenta

com as mãos e não funciona, pensa um pouco, continua conversando, pega uma caneta, ajeita daqui, ajeita dali, e finalmente consegue arrumar a bolsinha.

A criatividade e a busca por soluções que consertem e arrumem as coisas é um ponto que remete ao valor que eles dão aos bens e é uma prática sustentável (DOBSCHA et al., 2009), visto que vai contra o descarte e reduz o consumo. A motivação para o conserto também decorre do esforço que tiveram para conquistar e adquirir cada objeto, e com isso o costume de consertar ao invés de descartar é notável e habitual no cotidiano dos entrevistados. Então, de forma geral, acabam não optando pela conveniência da nova aquisição sem antes tentar consertá-lo, ou pedir que um vizinho, amigo ou parente mais habilidoso o faça.

6.2.2 Oficinas de criatividade – Agregando valor ao lixo

A mesma relação de confiança e interação entre os vizinhos, citada anteriormente, cria uma rede de relacionamento que acaba se refletindo na indicação para a participação das oficinas de artesanatos organizadas nas comunidades. Muitos participantes relatam ter entrado nos grupos por recomendação de um vizinho. Essas organizações, que têm como objetivo comum a busca por gerar valor ao que aparentemente são itens de descarte, foram nominadas como “oficinas de criatividade” nesta pesquisa.

As práticas que serão estudadas neste subcapítulo são diferentes daquelas percorridas anteriormente, nas quais o usuário reaproveita diretamente algo que seria descartado. Neste caso, através das oficinas, os usuários aprendem técnicas que transformam os materiais que iriam para descarte, gerando uma nova aparência ou uso e agregando um novo valor. Há algumas práticas sustentáveis que se manifestam através de oficinas e que fazem parte do cotidiano das comunidades estudadas. Seus relatos serão explorados e discutidos a seguir.

Primeiramente, observou-se que as escolas e as igrejas possuem oficinas que incentivam a prática de artesanatos e trabalhos com sucatas, não só para crianças, mas também para suas famílias. Esse tipo de organização foi evidenciada sobretudo na comunidade Mathias Velho, na qual grande parte das entrevistadas afirmou participar ou já ter participado de uma dessas oficinas. Pela proximidade dos lares visitados nesta comunidade, muitas entrevistadas assumem participar ou já ter participado do chamado “Chimarrão da amizade”, uma oficina para mulheres do lar (“donas de casa”) e aposentadas que é realizada na Igreja Sagrado Coração. Nessas oficinas elas assumem ter aprendido muitas técnicas de artesanato, além de crochê, dança e teatro. Ao final de alguns encontros, eles juntam as “produções” artesanais e vendem nas festas paroquiais da igreja, como conta D. Luciana

(Mathias Velho): “Ah sim, eu já participei de várias oficinas lá da igreja, tudo de trabalhos de artesanato”.

Na escola municipal da comunidade Mathias Velho muitas atividades de trabalho com lixo seco também são realizadas. A escola oferece oficinas para as mães dos alunos, na qual elas se reúnem de duas a três vezes por semana para trabalhar em alguma tarefa, como costura, artesanatos e cozinha. Na escola, duas oficinas rotineiras durante a temporada de inverno são a “colcha de retalhos”, na qual elas aprendem a costurar retalhos recebidos em doações para formar cobertas que depois as famílias dos pais da escola levam, e nas quintas-feiras fazem um “sopão” com mais de 300 pessoas, utilizando alguns legumes da horta comunitária da escola e finalizando com um momento espiritual e canto.

Além das oficinas realizadas para as mães dos alunos, outras atividades que envolvem práticas sustentáveis de consumo com transformação de resíduos em valor também estão presentes no calendário escolar das crianças. Os professores frequentemente demandam aos alunos para levarem de suas casas embalagens e outros materiais usados (“sucatas”) para montar brinquedos e outros itens artesanais, conforme comentado anteriormente no exemplo da dinâmica do espantalho para a horta comunitária.

“No colégio das crianças tem sempre atividades pra a gente que tem que cuidar dos filhos, e eles ensinam um monte de coisas, mas o que eu mais gosto é da costura, que é bem útil pra a gente” – Vera, Mathias Velho

“Participei de uma oficina de artesanato também no colégio das crianças nesse ano, foi bem legal, tinha gente nos ensinando a fazer colcha com retalhos e depois que ficava pronto a gente levava pra casa”. – Susana, Mathias Velho

“Eu vou na oficina de costura do colégio, ali tem bastante coisa que a gente aprende. E tem a parte da cozinha também, com o sopão pras crianças todas as quintas” – Thais Mathias Velho

Essas atividades no ambiente educacional para as crianças também se manifestaram nas escolas do Campo da Tuca, em que as mães reconhecem o trabalho realizado pelas professoras para ensinar as técnicas de reaproveitamento, conforme relato da mãe Mariana, do Campo da Tuca: “Também guardo algumas “sucatas” para minha filha levar na escola, porque as tias ensinam trabalhos com papelão, plástico e essas coisas... outro dia fizeram sofazinho em caixa de leite, muito legal, nem parecia que era feito de um lixo”.

Ainda no Campo da Tuca, outra forte frente de artesanatos com o lixo é a oficina do galpão de reciclagem. As oficinas são ministradas por uma artesã voluntária que passa uma vez por semana no galpão para ensinar técnicas e passar ideias de revitalização de peças e transformação dos materiais que são encontrados no lixo. Rosângela, diretora do galpão, explica em maiores detalhes e mostra a sala na qual armazenam todos os materiais para as oficinas:

“O artesanato hoje é uma tarefa mais para descanso deles mesmo. Agora estamos sem ninguém para fazer as oficinas, mas até semana passada tinha uma artesã voluntária que vinha uma vez por semana para ensinar a transformar os objetos que achamos no lixo, para restaurar e levarem para casa, ou se quiserem vender para ter uma rendinha extra, sabe? Mas acho que ela vai só ficar um período de férias agora em julho e depois retorna, eu espero! Aqui nessa salinha eu oriento o pessoal a separar tudo o que eles acham que pode ser reaproveitado, consertado, ajeitado, lixado, pintado, arrumado ou restaurado... Olha isso, uma luminária linda! E esse outro, de madeira, é só dar uma pintadinha... Pode ver, vem coisa bem boa no lixo, é só ajeitar”- Rosângela, Campo da Tuca

Ela conduz o pesquisador dentro da sala do artesanato (Figuras 16 e 17) e mostra com orgulho as tantas coisas que encontram no lixo, exemplificando a transformação a partir de algumas peças com trabalhos expostos, mesmo aqueles inacabados.

“Viu?! Muito do que vem no lixo a gente pode reaproveitar. Quando achamos alguma coisa inteira ou parcial, por exemplo um espelho, um vidrinho de porta retrato, ou outras coisas, a gente vai guardando na salinha da oficina para reformar depois nas oficinas. A nossa artesã trabalha muito com sisal, arames, madeira, lixa... Quando tem cadeiras e outros móveis a gente aprende a lixar, pintar, consertar e acaba renovando as coisas para reutilizarmos. O pessoal aqui adora, levam tudo prontinho que eles mesmos fizeram sem custo e sai como se fosse novinho! Tivemos o projeto caixinhas da Tuca, que a gente guardava tudo o que é caixinha de madeira, de papelão, de papel ou qualquer outra caixa, para restaurar e depois vender em uma feira.” – Rosângela, Campo da Tuca



Figuras 16 e 17 – Sala de artesanato do galpão de reciclagem Campo da Tuca

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013

Thais, que trabalha no galpão de reciclagem do Campo da Tuca, também afirma que participa das oficinas e que gosta dos trabalhos realizados, sobretudo a produção de papel reciclado:

“O papel a gente junta uma parte para reciclar aqui nas oficinas, fazemos vários tipos coloridos e com cheirinho. A artesã nos ensinou a misturar pétalas de rosas, cebola, macela e outras ervas, fica colorido e com cheiros diferentes! Produzimos bastante, principalmente em épocas logo antes do período escolar. Algumas escolas, inclusive particulares, compram da gente, que nem o Santa Inês e a Assunção, por exemplo. Eles fazem a visita aqui para fazerem os trabalhos deles com os alunos e fazem parceria conosco comprando os papéis. Todo mundo ganha!”- Thais, Campo da Tuca

No galpão também foi possível observar que o ambiente é todo decorado com várias peças e objetos encontrados pelos trabalhadores no lixo. Alguns são reformados, consertados ou ajeitados na oficina de artesanato, enquanto outros são simplesmente reutilizados. Exemplos desta decoração encontrados no ambiente foram: quadro de ‘mosaico’ de vidro e pedaços de espelhos encontrados no lixo (Figura 18), relógios em que apenas colocam nova pilha, cartazes/pôsteres/lonas de imagens de propagandas, enfeites de madeira, etc.



Figura 18 – Quadro decorativo realizado em oficina de artesanato com materiais reaproveitados do lixo

Foto registrada em campo pelo pesquisador, 2013

No Morro da Cruz, existem outras duas oficinas de artesanato que são: “oficina da D. Aninha” e as oficinas da associação do morro organizadas pela D. Luci. Ambas atuam no reaproveitamento de materiais reciclados e utilizam a criatividade das participantes para a transformação do lixo em itens de valor, tanto para uso pessoal das artesãs como para venda e exposição em feiras ou desfiles.

Semanalmente, nas quintas-feiras, ocorrem as “oficinas da Dona Aninha”, que já tem 25 anos de experiência com oficinas e iniciou seu envolvimento com este tipo de atividade no Clube das Mães, em 1987, no colégio público da comunidade. Posteriormente, ela começou as oficinas na garagem em frente a sua casa dando aulas voluntárias de customização de roupas, reformas e artesanatos. A dedicação dela para com estas oficinas é integral e já se tornou sua razão de viver, como ela relata: “É algo que tenho muito gosto para fazer como atividade. Isso de ensinar as pessoas a trabalhar com materiais e mostrar como reaproveitar as coisas é o que mais me dá prazer em fazer. A recompensa é ver o quão contentes elas ficam quando saem daqui; isso é o que me gratifica!”.

As oficinas que D. Aninha ministra começaram apenas com produção de bolsas a partir de insumos reciclados, mas ao longo do tempo foram se aprimorando e incluindo diversos tipos de objetos e roupas, sempre mantendo a característica do reaproveitamento de materiais. D. Aninha está sempre se atualizando e é muito curiosa, busca aprender com outros artesãos nas feiras em que participa e tem muita iniciativa para conseguir novas técnicas para ensinar ao grupo.

“Eu tô sempre aprendendo, aonde eu vou eu aprendo alguma coisa. Aqui eu aproveito tudo o que consigo de materiais que não se usam mais ou de restos de produtos e outras coisas consideradas ‘lixos’. A gente também tem doações de retalhos de tecidos, por exemplo da Brasil Sul, mas não é só isso. Eu vou atrás de tudo que acho que podemos aproveitar, então ali do mercadinho da outra rua, por exemplo, nos dão os sacos de batata e cebola. Mas muitas coisas elas mesmas trazem ou recolhem com os vizinhos também, que nem as garrafas PET, tampinhas, ou outros materiais que eu peço pra trazerem.” – D. Aninha, Morro da Cruz

D. Aninha convida o pesquisador a conhecer o local das oficinas e abre as portas do depósito das roupas e acessórios que produziram para expor e vender nas feiras em que participam. Ela começa a tirar peças das araras e mostrar orgulhosamente toda a produção. São muitos itens, que vão desde roupas até poltronas, e todos feitos de materiais reaproveitados e reciclados. Tem vestidos de sacos de batatas ou cebola, vestidos bordados com anéis de lata de refrigerantes, muitas blusas e roupas feitas de malhas e restos de tecidos recebidos em doação, banquinhos e poltronas feitos de garrafa PET e forrados com os restos de tecido trabalhado, almofadas, e outros diversos itens. São muitos produtos diferentes e todos feitos à mão pelas senhoras que se reúnem voluntariamente nas oficinas toda semana.

“A cada semana a gente faz alguma coisa e trabalhamos com algum tipo de material ou técnica diferente. Tem semanas que é o vidro, aí então fazemos trabalhos com potes de vidro que cada uma traz. Em outras é com cadarços velhos que fazemos esse pesos de porta com areia e trabalho manual, na outra são vestidos, aí fica mais na parte de corte e costura, e assim vai... Algumas me olham e falam assim: ‘mas Aninha, eu nunca peguei uma tesoura na vida!’ e eu digo: ‘mas sempre tem a primeira vez, aqui tu vai aprender tudo!’. E elas aprendem mesmo! Depois já tão até me ensinando [risos].” – D. Aninha, Morro da Cruz

D. Aninha afirma que o que mais movimenta a oficina é a criatividade das participantes, que seguidamente trazem ideias diferentes e sugerem materiais reciclados fora do padrão habitual. Segundo ela, isso ocorre principalmente quando elas levam um item inacabado para casa, e voltam sempre com alguma novidade. O grupo de participantes da oficina é predominantemente de mulheres e normalmente aposentadas. Esses encontros também acabam sendo “terapêuticos” para as participantes, conforme o relatado pela entrevistada. Esse conforto proporcionado pela rede social demonstra, mais uma vez, a

preocupação e dedicação na colaboração com o próximo, com os vizinhos, com os amigos e com os colegas de oficina, como conta D. Aninha (Morro da Cruz): “Aqui também é terapêutico para elas, ajuda para evitar a depressão de ficarem sempre sozinhas em casa, e sabe como é, no posto nem sempre tem horário para a consulta, então elas vêm pra cá, sabia?! É como eu sempre digo: ‘a depressão é a gente quem faz’, e aqui eu ajudo a desfazer! [risos]”.

Na maioria das sessões de oficinas semanais, D. Aninha leva uma sacola com alguns ‘brindes’ para sortear, que geralmente são coisas que ganhou em doações mas não servem para os artesanatos. Ela acredita que este método motiva as participantes e ajuda a retribuir o trabalho delas. Durante a pesquisa, os prêmios observados foram: potes de plástico usados, garrafas do tipo squeeze promocionais, jogos de crianças usados e mudas de plantas ou ervas de chás do quintal de D. Aninha. Ela reconhece que os brindes não são itens de muito valor e que muitas vezes elas não vão utilizá-los diretamente, mas sim presentear alguém de suas famílias e por isso adoram receber. Nesta prática, mais uma vez encontram-se os “R’s” de reutilizar e redistribuir (DOBSCHA et al., 2009), que vai gerar novo valor e destino ao item que estava condenado ao descarte.

A liderança de D. Aninha na comunidade através da oficina também foi observada, na medida em que muitas das conversas e encontros eram interrompidos por alguém solicitando ou consultando ela para alguma situação pessoal. Ela organiza todas as oficinas e também conta como exerce a liderança dentro do grupo de mulheres participantes, ajudando a resolver possíveis conflitos:

“Quando tem duas que estão brigadas, eu pego e seleciono as duas para ir na feira de exposição juntas! Elas não gostam, mas eu não dou escolha. E no final é certo que sempre voltam tudo ‘amiguetes’, sabia? Pra escolha das participantes que vão na feira eu sempre tento revezar e levar também aquelas que eu quero motivar, pois é um reconhecimento.”- D. Aninha, Morro da Cruz

A outra iniciativa de oficinas encontrada no Morro da Cruz foi na associação liderada por D. Luci, que também oferece estrutura e orientações para a atividade de artesanato na comunidade. A fachada da associação não diz nada, não tem placa que indique, mas a comunidade já conhece o local. O centro possui duas salas pequenas na entrada, uma sala grande central e uma cozinha ao fundo. Nas salas da frente ocorrem cursos e atividades periódicas abertas à comunidade.

Na sala da esquerda estão os computadores e é onde ocorrem os cursos de informática, nas segundas e quartas pela tarde. D. Luci conta que os computadores desta sala foram doados por “uma amiga” que conseguiu para eles no lugar aonde ela trabalhava. Lamenta que são velhos e não tem internet, mas reforça que conseguem aproveitar bastante nas oficinas de informática. Já na sala da direita ficam estocados os materiais de artesanato, junto com alguns objetos prontos e as máquinas de costura. Nesta sala ocorrem as oficinas, normalmente de costura ou artesanato, e por isso está sempre cheia de retalhos e outros materiais para uso dos participantes.

Muitos dos retalhos são originados de roupas que chegam de doações para o brechó, porém já estão danificadas ou rasgadas e não servem mais para revenda. Na salinha das oficinas de costura estas peças são cortadas em trapos para os artesanatos ou produção de flanelas.

“Assim, por exemplo, esse moletom com um furo no meio... [pega a peça e mostra] Isso é porque eles são obrigados a cortar os símbolos de algumas marcas, daí acaba estragando para o uso da roupa e a gente direciona para a sala de corte e costura. Outros chegam manchados ou muito estragados também não colocamos no brechó, por isso que é importante a separação. Mas aqui nada se perde, quando tá assim vai ali para o artesanato e elas cortam para fazer retalhos que viram várias outras utilidades depois!” – D. Luci, Morro da Cruz

Na sala das oficinas, as roupas que vão para a produção de flanelas são manipuladas em uma sinergia de mão de obra que lembra um processo de produção. A primeira etapa após a triagem para as sacolas é o corte, que com muita habilidade uma fica encarregada de fazê-lo. A segunda fica responsável pela montagem dos retalhos e as duas últimas costuram. Com os papéis bem definidos, elas vão alternando os postos para revezar as tarefas, mas sempre mantendo o processo com agilidade e precisão. Desse trabalho resultam as flanelas que elas vendem a R\$ 3,00/kg para postos de gasolina e lavagens. Os retalhos também são usados para fazer bolsas e acessórios, como almofadinhas para perfumar guarda-roupa e outros itens que levam para a venda em feiras de artesanato.

As participantes se orgulham de seus produtos, param o trabalho e fazem questão de mostrar os itens prontos manufaturados nas últimas semanas. Elas contam que participam de algumas feiras, que são muito eventuais; então agora estão em busca de alguma parceria maior que sustente a atividade. É visível o prazer e a satisfação que elas têm na realização

destes trabalhos, dedicando-se integralmente à atividade que produz itens sustentáveis a partir do reaproveitamento de itens que seriam destinados ao lixo.

Além dos brechós e das oficinas de artesanato e computação, o espaço da associação também sedia outras atividades, como ginástica, galletos temáticos e aluguel do salão central para festas. Alguns dias pela manhã eles utilizam a “sala maior” para ginástica, que é uma atividade gratuita que está relacionada ao grupo de caminhadas dos idosos da comunidade, organizado pelo posto de saúde. As caminhadas são parte do projeto Encontros de Nutrição para os idosos da comunidade, uma iniciativa realizada pelos nutricionistas do posto, que organizam um grupo que sai três vezes por semana para caminhar durante uma hora pelo bairro.

Segundo os nutricionistas, essa prática ajuda-os a se exercitar e compõe o tratamento, ou até previne outros tipos de complicações futuras. Eles explicam que os idosos são os maiores frequentadores do posto, sempre com doenças crônicas, respiratórias, artrites, obesidade e diabetes, além da corriqueira carência afetiva, que leva alguns a passar no posto quase todos os dias praticamente só para conversar. Nas caminhadas, além do exercício, eles também trabalham esta carência, pois conversam e se distraem. O acompanhamento da saudabilidade do grupo é realizado mensalmente no posto, com a medição dos pesos e um café da manhã no qual se avalia a alimentação dos idosos e se transmite orientações de hábitos nutricionais saudáveis.

Os idosos e outros integrantes da comunidade também costumam se encontrar e confraternizar em galletos dançantes organizados pela associação duas vezes por ano. A atividade é parte da fonte de renda da associação e normalmente é realizada para arrecadar dinheiro para as festas comunitárias.

“Normalmente a gente faz a Páscoa, o Dia das Crianças e o Natal. O Natal é festa grande, fecha a rua aqui... vem umas cem pessoas, a gente arrecada brinquedos o ano todo e tem um foco maior depois de outubro, porque parte já vai para Dia das Crianças. Aí a gente monta um palco aqui na frente pro pessoal cantar e se apresentar, e também distribui os brinquedos para as crianças. A gente vai acumulando o ano todo, tem uns que ganham até brinquedo empacotado para presente! E para juntar dinheiro para essa festa do final do ano, a gente faz dois galletos dançantes durante o ano, um em cada semestre. Funciona assim: custa R\$ 10,00 por pessoa, que ganha a galinha e se quiser compra mais o refrigerante. Vem bastante gente, tem

gente que fica para comer aqui e dançar, mas outros vêm só pegar o frango. O galeto a gente consegue com um amigo nosso e depois a gente paga um custo bem baixo pelo o que vendeu. Fica bem bom! Eu gosto muito de dançar, mas tem gente que não gosta né? [risos]” – D. Luci, Morro da Cruz

A grande quantidade de cadeiras empilhadas no salão central da associação também é justificada pela atividade de aluguel do espaço para festas de membros da comunidade. Dona Luci afirma que o valor é muito acessível e permite que a comunidade tenha um espaço para as festas comemorativas, sobretudo dos jovens, com custo muito inferior aos salões específicos para aluguel de festas. A arrecadação com os galetos e aluguel do espaço fica para cobrir os custos de manutenção da associação, reformas e para pagamento dos funcionários. Dona Luci tem cinco pessoas que trabalham com ela na associação, ajudando a manter o local e a organizar as oficinas, brechós e galetos.

“Ah, como eu tinha te falado, a gente aluga aqui o salão nos sábados e domingos, por um preço bem bom. A comunidade aproveita para as festas daqui sem ter tanto custo e para nós é um lucro bom que junta bastante dinheiro para podermos fazer as reformas. Agora acumulou R\$ 600,00 e vamos fazer a reforma do banheiro, dividindo um para mulher e o outro para homens, vai ficar bem melhor!! Nos sábados o aluguel custa R\$ 350,00 e nos domingos R\$ 200,00, mas vai só até a meia noite. É o melhor custo da redondeza aqui.. Tem um ali perto que custa mais de um salário, acho que tá beirando uns R\$ 750,00, então tu vê... e assim mesmo tem gente que ainda acha caro os nossos R\$ 250,00... mas pode ver, já tá lotado todo o mês de agosto e o de setembro também já não tem mais nenhum dia! E assim também a gente aproveita o espaço num momento que não estamos usando... tem 15 mesas e tem cadeira de montão, tem a cozinha com tudo e aquele banheiro... então o que é que falta? Nada!” – D. Luci, Morro da Cruz

Essa prática de alugar o salão também foi encontrada no Campo da Tuca, dentro do galpão de reciclagem, no qual eles alugam o espaço central para festas nos finais de semana. Rosângela conta que os aluguéis enchem a agenda e tem festa no local quase todos os finais de semana, de sexta a domingo. Conforme relato da Rosângela transcrito abaixo, ela comenta, assim como D. Luci, que a renda extra destes aluguéis é utilizada para reformas e o restante distribuído para os trabalhadores do galpão.

“Alugo para gerar renda extra porque assim posso dar uma reformada aqui nas coisas que precisam e ajudar o pessoal com um extra no final do mês.

Aqui tem festa quase todo final de semana. Na vila não tem salão para ‘pobre’; saindo daqui, pelas proximidades, tem alguns poucos mas são todos bem caros. Festinha de 1 ano eu alugo por R\$ 150,00 e as de 15 anos por R\$ 250,00, que é super justo. Com isso consigo fazer umas reforminhas; agora, por exemplo, vou trocar aquele vidro, depois a fechadura ali da porta que tá estragada... e assim vai, sempre tem alguma coisa para fazer. E quando tem festa o expediente de sábado vai até o meio dia, se não tem segue normal até às 16h.” – Rosângela, Campo da Tuca

Assim como na associação do Morro da Cruz, no galpão de reciclagem do Campo da Tuca eles também organizam festas para a comunidade, que ajudam na obtenção de outra renda. Rosângela explica que fazem duas festas por ano, uma em cada semestre, mas não fazem “estilo galeto”, mas sim com muita animação para atrair o público jovem da comunidade.

“Agora em maio teve o primeiro baile que fizemos esse ano; daí a gente coloca o DJ e os salgados, mas cada um traz sua bebida. Assim fica tri bom! Com a renda dos dois bailes sempre dá para montar uma viagem de final de ano para o pessoal. No último ano, deu para ir para a praia passar o dia. Eu alugo um ônibus e sai todo mundo às 7h da manhã para voltar às 19h da noite. Tem a casa da minha vizinha que é na Costa do Sal, ela nos empresta para o pessoal tomar banho e fazermos um churrasco de almoço. Todos gostam bastante e é um incentivo ao longo do ano para o trabalho pesado.” – Rosângela, Campo da Tuca

Através deste relato é possível observar o valor que eles dão para as confraternizações em grupo e para as festas de integração. Além disso, mais uma vez aparece a relação de confiança e compartilhamento de bens entre vizinhos, com o empréstimo da casa para o grupo utilizar durante o dia do passeio. Em todas as comunidades ficou evidente que a população de classes populares de maneira geral é “festeira” e valoriza essa interação descontraída, e que o limite financeiro não é uma barreira para a recusa deste tipo de atividade de lazer. Eles participam de bailes e galeto organizados nas comunidades, no centro da cidade nos finais de semana, e também é muito comum observar festas de rua dentro dos bairros.

Por fim, além das práticas realizadas nas oficinas das escolas, igrejas, galpão e associações, também foram encontradas ações de criatividade independentes, ou seja, efetivadas individualmente pelos entrevistados. As fontes de aprendizado variam: família (de

geração em geração), vizinhos (interação social) ou até mesmo aprendidas em oficinas de que já participaram anteriormente, como atestam os relatos a seguir:

“Eu já fiz uma oficina de artesanato quando tive no colégio das crianças, mas agora não participo de mais nenhuma. A nossa aqui do galpão está parada porque a artesã não veio mais, estamos esperando, mas quando retomar eu volto. Mas eu também tenho a minha própria técnica, eu faço umas flores artificiais de papel, que vou acumulando o ano todo para o dia dos finados. São rosas com cheiro, eu monto elas e passo parafina que conserva super bem, então no dia dos finados lá em novembro eu vou nos cemitérios e vendo bastante... é por R\$ 2,00 cada, e no final vem uma renda boa!”- Lucineia, Campo da Tuca

Entre as habilidades individuais mais observadas estão o tricô e o crochê, que decoram as casas daquelas que as praticam. Na casa de Seu Murilo, na Vila Dique, muito itens foram enfeitados por sua esposa com o crochê: tapetinho para o chão, toalha de mesa, cortina, pano de prato, ente outros (Figuras 19 e 20).



Figuras 19 e 20 – Exemplos de itens decorativos feitos em crochê

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013

Mesmo quando não são eles que praticam a atividade diretamente, é comum terem algum item em suas casas com enfeite de crochê realizado por familiares, vizinhos ou amigos. É o caso observado na casa de Luana, na Mathias Velho, em que são utilizadas “capas de crochê” para potes de geleia ou garrafinhas PET de água reutilizadas, gerando nova aparência e valor para os itens (Figuras 21 e 22). Ela busca os objetos e mostra orgulhosa, contando que a cunhada faz e vende as capinhas por R\$ 5,00.



Figuras 21 e 22 – Envoltórios de crochê para enfeitar embalagens reutilizadas

Fotos registradas em campo pelo pesquisador, 2013

Outra prática encontrada, porém menos frequente, foi a produção artesanal de sabonetes para uso próprio ou revenda. D. Luci, por exemplo, conta que tem este hábito que aprendeu em uma oficina há muitos anos atrás: “Eu sou muito feliz porque aprendi a fazer sabonetes, olha, vou te contar que é uma economia boa e fica igualzinho... Tem vários tipos e dá pra fazer para todo mundo! Eu há muito tempo que não compro mais sabonete”.

Por fim, em observatória, notou-se que é frequente o uso de “fixadores de porta”, aqueles pesos que servem para manter as portas abertas sem que fechem com o vento. Esses pesos normalmente são feitos por eles mesmo com algum envoltório de malha ou sacos plásticos “recheados” de areia. Essa prática é comum pois eles têm o hábito de deixar portas e janelas abertas, sobretudo nos finais de semana, como também apontou a pesquisa de Castilhos (2007), e esses fixadores auxiliam nesse costume.

A partir destas constatações artísticas encontradas na pesquisa é possível fazer um paralelo com o trabalho de Vik Muniz (Vicente José de Oliveira Muniz), artista plástico reconhecido pela arte com o lixo. O artista explorou a criatividade junto ao cenário de um aterro no Brasil, realidade em que vivem muitos catadores, e lançou uma proposta inovadora na qual o valor que é agregado ao que inicialmente parece não ser mais útil. O trabalho de Vik Muniz resultou em um documentário e ganhou projeção internacional, hoje sendo um dos principais artistas que promove o reaproveitamento de materiais que foram descartados em uma transformação através da arte.

O interessante é que essas práticas de consumo sustentável através da arte estão naturalmente presentes dentro das comunidades estudadas, seja através das oficinas ou de ações individuais. A criatividade focada no reaproveitamento de materiais que *a priori* estavam sendo considerados descartáveis é a essência da ação que gera um novo valor para

aquele item, ao invés de destiná-lo ao descarte. Na verdade, se houvesse mais incentivo externo que auxiliasse essas “oficinas de criatividade” a divulgar os trabalhos das artistas/artesãs e organizasse feiras que promovessem a exposição e venda dos produtos, a prática seria ainda mais sustentável, pois iria ajudar a manter a renda social dessas famílias através desses trabalhos que hoje são parte do lazer e distração das praticantes.

Por fim, pode-se considerar que essas ações criativas de artesanato e produções a partir de descartes são práticas de design para a sustentabilidade como, por exemplo, o vestido de noiva que é bordado com anéis de latas de refrigerante. Nesse processo de inovação para soluções sustentáveis, é preciso que o designer, nesse caso as artesãs, mude a perspectiva, imagine soluções alternativas, avalie e compare as soluções e desenvolva as mais adequadas (MANZINI, 2008).

O envolvimento do design para o desenvolvimento sustentável é importante, na medida em que buscam-se alternativas para contribuir na redução do impacto do sistema de produção e consumo para o equilíbrio da geosfera e biosfera, nos níveis locais e globais (VEZZOLI, 2004). Anteriormente, o design era observado de um olhar preventivo, considerando limitadamente o controle da poluição, a busca por tecnologias limpas e produtos com baixo impacto ambiental. Recentemente o tema se inclui na inovação de sistema e de modelo de consumo sustentável, porém ainda é um tema complexo e vasto, pouco explorado na implicação do design (VEZZOLI, 2004).

6.2.3 Galpões de reciclagem - fonte de renda e trabalho

O galpão de reciclagem foi um local que chamou atenção durante a pesquisa, por conter em sua essência uma prática de trabalho que contribui fortemente com a sustentabilidade. O trabalho realizado nos galpões é pouco conhecido e ainda pouco valorizado pela sociedade, que se tivesse maior informação poderia contribuir para facilitar ainda mais a separação. Rosângela, líder do galpão do Campo da Tuca no qual o estudo foi aprofundado, começa o diálogo com a seguinte frase: “O que eu digo sempre é que a sociedade não sabe separar o lixo”. A segurança dela nesta afirmação decorre da constatação das misturas nas cargas de lixo que recebem diariamente e que geram muitos descartes, quando idealmente seria muito mais eficaz para eles separar os resíduos apenas nos destinos de reciclagem.

O plástico, por exemplo, é um item não são todos os tipos que possuem mercado para a reciclagem, porém os consumidores geralmente não conhecem esta informação. A triagem muitas vezes é identificada pelos catadores somente pelo barulho que faz o a embalagem do produto. Rosângela ilustra:

“Copos e pratos plásticos, por exemplo, são tudo descarte! Embalagem de iogurte com plástico transparente, também tem que ir fora no lixo orgânico. Mas sabe aquele plástico mais barulhento? Deixa eu te mostrar. Esse aqui molinho dos copos de plástico faz esse barulho ‘ó’ [aperta e mostra], então não recicla. Esse outro que o barulho é assim mais forte, tá vendo? [mostra] coloca para reciclagem.” – Rosângela, Campo da Tuca

Ela pega uma embalagem na esteira e sacode, depois pega outra e sacode, mostrando a diferença no barulho. Para os leigos a diferença é muito sutil, mas para eles é parte da rotina e trabalham como especialistas no assunto. De todo o montante de lixo que recebem, aproximadamente 30% é rejeitado para descarte, o que dificulta a separação. Rosângela também se revolta com as contaminações que aparecem nos carregamentos de lixo seco: “Acredita que tem gente que coloca os saquinhos de banheiro com papel higiênico usado no lixo seco? Pois é! Isso contamina e o saco inteiro vai para descarte. É um absurdo sem igual, isso tu me desculpa, mas não é falta de informação, é burrice!”.

O galpão do Campo da Tuca foi um dos primeiros locais de reciclagem, junto com os galpões da Ilha dos Marinheiros e da Cavallhada, que iniciaram essa prática em Porto Alegre. Com o passar do tempo, fizeram a parceria com o DMLU (Departamento Municipal de Limpeza Urbana de Porto Alegre), que recolhe o lixo seco nas casas dos habitantes e leva diariamente caminhões para descarregar no galpão. No Campo da Tuca são em média 15 cargas semanais, que correspondem às casas dos bairros próximos que possuem a coleta seletiva, como Partenon e São José.

No momento em que o caminhão do DMLU chega ocorre a descarga de todo o lixo para dentro do galpão, separando-se apenas itens grandes que conseguem tirar fácil durante este processo (por exemplo, cadeira plástica, como foi observado durante a pesquisa). Em seguida, algum dos trabalhadores entra no cestão onde o lixo foi descarregado e vai empurrando os sacos para caírem nas esteiras de separação. Nas esteiras, eles ficam de pé, vão abrindo os sacos e separando todos os tipos de materiais nos tonéis. Os tonéis vão sendo descarregados em sacos maiores e ao acumular o saco é levado para a prensadeira e material é jogado para amassar e reduzir o volume. Com o resultado, são montados os fardos para a

venda que eles fecham com as cordas e separam para a coleta dos caminhões. Apenas o vidro passa por um processo específico que ao invés da prensa vai para um local de quebra das garrafas e recipientes.

As categorias aproveitadas para venda por separação neste galpão são o papel, o plástico, o alumínio, o Tetrapack e o vidro. As empresas de reciclagem mandam um caminhão para buscar as cargas fechadas de fardos, pois o volume é maior. Apenas o papel é separado para venda direta para uma pequena indústria localizada na comunidade da Restinga, pois no galpão não possuem muito volume para venda já que grande parte do que vem acaba molhando ou contaminando no trajeto. Uma pequena parte dos itens, como o papel, eles separam para servir de insumo na oficina de criatividade na qual eles produzem papel reciclado.

O plástico é mais valioso do que o papel, mas varia de acordo com o tipo; os plásticos coloridos valem menos do que os transparentes e brancos. Essas diferenciações de valor em função das cores das embalagens dos produtos os consumidores não tem conhecimento e por isso geralmente não consideraram no momento de escolha dos produtos.

O alumínio, majoritariamente representado pelas latas de bebidas, tem um bom preço de revenda. Rosângela afirma que nos últimos tempos tem aumentado o volume de latas que recebem nos lixos que vem pelo caminhão, e que atualmente juntam em um mês o volume que anteriormente demorava seis meses para acumular e ela expressa sua hipótese:

“Acho que é porque hoje tem menos catadores, porque está quase estourando o prazo deles com a nova lei que o governo vai terminar com os catadores até 2014... Então me parece que pelo governo estão oferecendo para eles a compra do carrinho deles e empregos nos galpões, em troca do fim da atividade” – Rosângela, Campo da Tuca

Já o Tetrapack ela conta que desvalorizou muito e faz grande volume no fardo, ocupando muito espaço no depósito do galpão. Por fim, o vidro naturalmente tem um valor pequeno por quilo pois é pesado e pode ser 100% reciclado. No entanto, algumas vezes eles preferem separar e reservar as garrafas para venderem inteiras (avulsas), como garrafas de vinho ou garrafas retornáveis, que possuem comprador variando com preço unitário para a garrafa, o que compensa muito mais do que quebrar para vender por quilo, mesmo sabendo-se que é raro chegar alguma garrafa sem estar danificada.

Além das garrafas de vidro de bebidas, outros itens específicos também são separados para venda avulsa, pois compensam mais do que se colocados nos peso dos fardos. São exemplos:

- Capas de guarda-chuva: têm mercado para venda aos centros e oficinas que as utilizam para forros de bolsa ou outras funções;
- Vidros de conservas;
- Caixas de ovos: também são acumuladas para repassar a compradores específicos de granjas;
- Desodorantes: também são segregados e quando se tiram as pontas plásticas para separar da parte metálica a venda valoriza.
- Folhas de raio X também são vendidas separadamente por um bom valor porém é um item mais difícil de conseguir acumular;
- Cartuchos de tinta para impressora: também são separados para venda avulsa, porém de acordo com a percepção de Rosângela o volume vem diminuindo consideravelmente: “Tenho um rapaz que leva todos esses cartuchos, mas diminuiu bastante nos últimos tempos, acho que o pessoal deve ta mesmo recarregando em casa direto nas lojas”. – Rosângela, Campo da Tuca

Um ponto interessante foi a visão de Rosângela quando questionou-se sobre o que menos valia a pena reciclar, ela afirma:

“Eu odeio as sacolinhas plásticas, essas de mercado, sabe? Por mim se elas acabassem seria muito melhor! Dão um trabalhão para separar, se perde tempo, e o kilo vale apenas R\$ 0,10. Agora tu imagina juntar kilos de sacolinhas que não têm peso nenhum e ainda fazem um volumão ocupando nosso espaço... Acho que tinha que cada um levar sua sacola, que nem de primeiro mundo” – Rosângela, Campo da Tuca

Ao final do processo de separação o descarte é recolhido do galpão e levado para a Lomba do Pinheiro, aonde ocorre uma segunda triagem. Depois, o que sobra e realmente não se aproveita, vai para a Mina do Leão ser incinerado, já que foram extintos os aterros. E ela conclui: “Então o lixo que sai das casas viaja até aqui, daqui para a lomba e da lomba para a mina, é um caminho cheio de trabalho!”.

Ao explorar a questão da eficiência do espaço, fica evidente que o principal é ter sucesso na etapa de prensar os materiais, pois assim é possível diminuir o volume, rendendo mais peso em cada fardo. Atenção com pequenos detalhes também ajuda a reduzir o espaço e otimizar os fardos, como as garrafas PET que não mudam o valor se for com tampa ou sem tampa, porém tirar a tampa facilita na prensagem. A gestão do espaço é fundamental, e para que o galpão não fique cheio é preciso que a coleta dos fornecedores passe de dois em dois dias, que é o limite para acumular em espera no depósito.

O conserto das prensadeiras é um custo muito caro para os galpões, então Rosângela assume que, como medida paliativa, sempre que conseguem optam por realizar o serviço pelos trabalhadores do próprio galpão.

“Sempre que dá a gente faz por aqui mesmo, os guris fuçam até conseguir arrumar. Mas quando não dá eu mando para manutenção, porque aqui a prensa não pode parar, se não vira um caos! Acumula muito volume e eu não consigo vender os fardos, não tem espaço suficiente para armazenar demais.” – Rosângela, Campo da Tuca

O “plástico duro” é o pior de prensar porque quebra de maneira irregular e deixa o fardo volumoso. Além disso, é um item perigoso pois quando quebrado corta com facilidade, assim como o vidro. Para manusear estes itens, Rosângela disponibiliza luvas, óculos e equipamentos de segurança para os trabalhadores, porém muitos afirmam não utilizar os equipamentos, pois na visão deles isso dificulta o trabalho. A incidência de cortes e machucados no galpão é frequente e inclusive durante uma das visitas do pesquisador uma catadora teve um corte na mão com plástico enquanto trabalhava. Eles possuem um kit de prontos-socorros para limpar os machucados e colocar curativos menores. Quando o acidente é maior, Rosângela leva-os para o pronto socorro, como ela comenta:

“Eu peço para usarem luvas, mas eles detestam. Isso de se machucarem vive acontecendo, por isso a gente já tem um kit de primeiros socorros aqui no galpão. Eu sempre olho primeiro se não vai precisar de ponto, porque depois se eles não querem ir fazer os pontos fica um baita de um ‘rasgo’ porque acaba ‘arraganhando’ a pele e fica um buracão... Mas se foi um arranhão pequeno que nem esse de agora a gente resolve aqui mesmo.” – Rosângela, Campo da Tuca

Durante a experiência do pesquisador no galpão, Rosângela fez questão de explicar o processo e funcionamento do galpão, orgulhosa, e mostrar com detalhes cada etapa. Sempre

se desculpando por isso ou por aquilo, mas mostrando entusiasmo em melhorar e em crescer. Desde o início das visitas ela mostrou a importância de praticar a separação para realmente entender o processo, e colocou o pesquisador para pegar um posto na esteira e atuar na separação junto com as demais catadoras. E ela afirma: “Aqui é como uma empresa, cada um tem seu papel mas todos estão em busca de um mesmo objetivo: se sustentar através de um trabalho honesto. E eu lidero para que eles mantenham o respeito dentro do galpão e tudo esteja em ordem!”.

Nas comunidades visitadas essas lideranças são referências, pois organizam as necessidades da maioria e ajudam a solucionar os problemas de todos, mesmo quando não envolve diretamente suas atividades. Normalmente é alguém que consegue recursos por meio de muito trabalho, que se dedica para aquela causa e que abraça os problemas como se fossem próprios. É o caso de Rosângela, no Campo da Tuca, de Jair na Mathias Velho e de D. Aninha no Morro da Cruz. Esses líderes se envolvem com os problemas, com as famílias e são reconhecidos como pessoas de confiança na comunidade.

Outro ponto observado foi o mesmo descaso com a rua em frente e ao redor dos galpões, como foi comentado anteriormente sobre o contexto dos lares. Nos galpões a realidade não é diferente, dentro do espaço a limpeza e a organização são primordiais, porém do lado de fora o que cair de lixo ou ficar espalhado é como se não fosse de responsabilidade de ninguém. Novamente atesta-se o que Roberto da Matta (1998) teoriza sobre a fronteira dos espaços e a mudança de atitude no ambiente social.

No galpão do Campo da Tuca, um funcionário é destinado apenas para a limpeza e organização, deixando tudo constantemente próprio e com boa aparência. No galpão da Vila Dique, que tem apenas dois anos, a estrutura é ampla e o ambiente também é mantido limpo e organizado, porém o cenário da porta para fora é contrastante, com lixo e sujeira espalhados pelas calçadas. Dona Lucineia (Campo da Tuca) que trabalha no galpão conta: “Eu já tô há uns 3 anos aqui nesse galpão, e minha função aqui é manter o ambiente limpo. Eu lavo todo salão com balde e vou varrendo os restos de lixo que ficam no galpão. Também mantenho a cozinha arrumada e limpa.”.

Notou-se também que nos galpões é comum comemorarem quando encontram alguma coisa em bom estado no lixo que vem nos carregamentos, como móveis ou outros itens de valor. Esse sentimento vai além da prática de reaproveitamento de itens usados, pois é um tratado como um valor, uma “sorte” ou benefício indireto de trabalhar no galpão e para eles é como se o item fosse novo. No galpão da Vila Dique Vitória também confirmou essa

constatação: “Ah, aqui é assim, o que a gente acha, quem achou que leva... e seguido vem coisa bem boa! Outro dia veio um conjunto de talheres bem legais, eu que peguei.”.

Por fim, através da experiência e convívio no galpão de reciclagem, ficou evidente que a informação e, acima de tudo, a consciência no momento do descarte dentro dos lares é fundamental para contribuir para a eficiência na separação. O lixo que viaja até os galpões é fonte de renda para os catadores que trabalham no processo da reciclagem e muitas vezes a preguiça e o descaso dos consumidores compromete o aproveitamento dos produtos na reciclagem. Dentro dos lares das comunidades, pela proximidade com o público que depende deste processo, a consciência na separação é grande, até mesmo aonde não há coleta seletiva, como foram descritos os resultados no primeiro subcapítulo.

6.3 CONSOLIDAÇÃO DAS PRÁTICAS DE CONSUMO

As práticas de consumo evidenciadas pela pesquisa realizada nas cinco comunidades estudadas foram analisadas detalhadamente nos subcapítulos anteriores. Para cada uma, foi abordada sua relação com a sustentabilidade através das lentes de teorias anteriormente publicadas. Para finalizar este capítulo e organizar os resultados encontrados, apresenta-se um quadro teórico-prático (Quadro 4) com a consolidação destas práticas.

Neste quadro, primeiramente optou-se por separar as práticas pelo ambiente no qual foram identificadas, ou seja, dentro dos lares (interno) ou na interação social (externo). As ações cotidianas dentro dos lares são práticas que se manifestaram como parte da rotina familiar e apresentam um senso individual, afinal são realizadas dentro daquele espaço privado pelos “donos” dos lares e suas famílias. Expressões como “na nossa casa”, “no meu quintal” e “as nossas coisas” reforçaram o senso de posse e pertencimento daquele ambiente. Já as práticas decorrentes de alguma interação social na comunidade refletiam um senso de coletivismo e de relação social entre diferentes núcleos familiares dentro da comunidade, através de entidades como escola, igreja, associação, galpão de reciclagem, brechós, oficinas, posto de saúde, entre outras.

Além da divisão por ambiente, o quadro também classifica as práticas em sustentável ou não e indica as esferas de sustentabilidade em que o hábito predomina: social, ambiental e/ou econômica. Por fim, descreve-se brevemente a prática e relacionam-se as palavras-chave que resumem a característica do hábito a partir do embasamento e teorias anteriormente discutidas.

Ambiente	Sustentável?	Esfera	Prática	Característica
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Comunidades horizontalizadas (casas) facilitam terrenos e áreas externas para cultivo de plantas (quintais)	Estrutura que viabiliza
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Cultivar um quintal de plantas, temperos, legumes, para consumo próprio.	Produtos saudáveis, sem agrotóxicos.
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Utilizar sementes de alimentos consumidos para o plantio	Retorno do ciclo; Reciclar
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Fazer compostagem e utilizar adubo natural	Retorno do ciclo; Reciclar
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Plantar árvore para fazer sombra na casa	Solução sustentável criativa
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Reutilizar potes e 'baldes' de plástico de produtos já consumidos para cultivar plantas	Solução sustentável; Reutilizar.
Dentro de casa	Sim	Econômica	Utilizar equipamentos que eram de vizinhos, ganharam em doações ou de seus empregadores	Redistribuição
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Preferem lavar a roupa à mão no balde, de molho, a roupa porque fica "mais limpa".	Recusa
Dentro de casa	Sim	Social Econômica	Compartilhar máquina de lavar entre as casas do terreno da família, casas no mesmo terreno	Dividir; Compartilhar
Dentro de casa	Sim	Ambiental Social	Utilizar garrafas PET para diluir produtos de limpeza e render mais	Reutilizar; Aproveitar ao máximo; reduzir consumo.
Dentro de casa	Sim	Ambiental Social	Utilizar garrafas de PET como 'jarra' para gelar água	Reutilizar;
Dentro de casa	Sim	Ambiental Social	Utilizar outros recipientes de produtos já consumidos, como 'copos' de vidro e embalagens plástica de geléia, nata e outros.	Reutilizar;
Dentro de casa	Sim	Ambiental Social	Guardar sacolas plásticas para reutilizar.	Reutilizar;
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Evitar desperdícios de comida: sobras para adubo ou cachorros da comunidade	Reciclar; Reduzir.
Dentro de casa	Sim	Econômica	Tentar o conserto de aparelhos e objetos antes do descarte ou recompra	Consertar
Dentro de casa	Sim	Ambiental	Exercer a separação do lixo, em parte até mesmo aonde não há coleta seletiva	Reciclar; Senso coletivo;
Dentro de casa	Sim	Econômica / Ambiental	Ações individuais que utilizam arte e técnicas de artesanato para transformar itens dentro de casa (exemplo: crochê).	Reaproveitamento; Criatividade; Valor que transforma o lixo.
Dentro de casa	Não	Ambiental Social	Gastar energia desnecessariamente com som, rádio e televisão ligados sem uso.	Desatenção com o uso do recurso. Desperdício.
Dentro de casa	Não	Social Econômica	Descuido do uso da energia naqueles lares com energia irregular ("gatos")	Desatenção com o uso do recurso. Desperdício. Injusto socialmente.
Dentro de casa	Não	Econômica	Não possuem equipamentos de muito gasto energético, como climatizadores.	Limitação financeira. Potencial de consumo.
Dentro de casa	Não	Ambiental Social	Gastar água excessivamente para limpeza de roupas, louça e casa. Alta frequência, hábito para passar o tempo	Desatenção com o uso do recurso. Desperdício.
Dentro de casa	Não	Ambiental	Acham o uso da centrifuga na máquina essencial para secar as roupas.	Acelera processo natural.

Ambiente	Sustentável?	Esfera	Prática	Característica
Dentro de casa e Interação social	Sim	Social	Agir com receptividade e realizar troca de favores	Senso coletivo; reciprocidade e não por solidariedade
Dentro de casa e Interação social	Sim	Ambiental Social	Educação socio-ambiental através das escolas	Educação reversa, filhos ensinando os pais.
Interação social	Sim	Ambiental Social	Cultivar hortas comunitárias sem agrotóxicos	Compartilhamento do espaço e produtos; Educação da comunidade
Interação social	Sim	Ambiental	Repassar mudas de plantas para as vizinhas	Redistribuir; Multiplicar; Senso coletivo;
Interação social	Sim	Econômica	Andar a pé ao invés de pegar uma condução.	Solução sustentável e saudável; Recusar.
Interação social	Sim	Econômica	Utilizar majoritariamente a bicicleta e o transporte público como meios de locomoção. Poucos com carro ou moto.	Solução sustentável; Reduzir.
Interação social	Sim	Econômica / Social	Utilizar caronas dos vizinhos que tem carro.	Senso coletivo; reciprocidade e não por solidariedade
Interação social	Sim	Econômica / Social	Vizinhos que ajudam a consertar coisas uns nas casas dos outros	Consertar
Interação social	Sim	Social	Uso de brechós para compra de roupas e sapatos usados	Comunitários e sociais, com valor simbólico.
Interação social	Sim	Econômica / Social	Repassar roupas e outros itens usados para os vizinhos, sobretudo dos filhos.	Redistribuição
Interação social	Sim	Econômica / Ambiental	Oficinas de artesanato para produção de itens a partir de materiais que iriam para descarte (lixo).	Reaproveitamento; Criatividade; Valor que transforma o lixo.
Interação social	Sim	Econômica / Social	Aproveitamento do espaço e estrutura de organizações (associação, escola, galpão de reciclagem) para aluguel para festas da comunidade	Menor custo que proporciona a acessibilidade para todos.
Interação social	Sim	Social	Aprendizado ambiental e oportunidade de trabalho "honesto" através dos galpões de reciclagem	Inclusão social
Interação social	Sim	Econômica / Ambiental	Noção do valor do lixo e o detalhe da técnica de separação para o melhor aproveitamento de todas as matérias.	Reciclagem
Interação social	Não	Econômica / Social	Pagar mais caro pela conveniência de comprar perto de casa.	Conveniência, limitações.
Interação social	Não	Ambiental Social	Não conservar o ambiente externo ao lar, como as ruas que acumulam muito lixo e sujeira	Dicotomia em relação ao lar; Poluição.
Interação social	Não	Ambiental Social	Fumar e não se preocupar com o descarte das 'butucas'	Perigoso ambientalmente; Poluição.

Quadro 4 – Práticas de consumo e sua relação com a sustentabilidade

Elaborado pela autora, 2014

A partir deste quadro, que apresenta a consolidação das práticas evidenciadas no contexto selecionado, percebe-se que o consumidor de classes populares consome de forma sustentável em diversas ações cotidianas e, curiosamente, não é motivado exclusivamente pelo fator econômico. Nota-se que realmente muitas práticas são reflexo do fator sócio-econômico, o qual influencia em escolhas que resultem em economia, aproveitamento, reutilização e renda.

Porém, também foram encontradas algumas práticas que mostram como o coletivismo e a cultura social das comunidades influenciam e motivam parte dos hábitos sustentáveis cotidianos dos lares pesquisados, independentemente do fator econômico, que nestes casos não é o centro motivacional. Exemplos destas práticas, que não possuem grande volatilidade em relação ao parâmetro financeiro deste consumidor são:

- A relação do público pesquisado com os quintais: utilização de adubo natural para o cultivo de uma diversidade de plantas, além das mudas que repassam dentro da rede social (vizinhos) contribuindo para multiplicar o hábito;
- A separação de alguns itens do lixo seco (garrafas PET, papelão, etc.) mesmo aonde não há coleta seletiva;
- A reciprocidade explicitada nas trocas de favores, característica que influencia diversas práticas e não está necessariamente atrelada ao fator econômico, já que na maioria das vezes é direcionada pela confinação mútua que há na rede social;
- A transformação de itens e objetos para a casa através de artesanatos individuais ou oficinas, que em grande parte dos lares é parte de um hábito cotidiano, os quais eles mostram com orgulho: “fui eu que fiz”.

Por outro lado, os hábitos que possuem maior volatilidade de mudança uma vez que as condições financeiras evoluam seriam em relação ao transporte e locomoção (compra de carro ou moto) e à utilização de aparelhos domésticos de maior gasto energético (por exemplo, climatizadores de ar).

Neste estudo foram pesquisadas cinco comunidades e nos subcapítulos anteriores buscou-se analisar os hábitos de consumo sustentáveis encontrados pela repetição de evidências em campo independente da localidade. A prática foi interpretada e analisada a partir da sua relação com embasamento teórico sobre o assunto, gerando a análise destes resultados. Para finalizar, é possível traçar um perfil de cada comunidade com as práticas que predominaram naquele ambiente, influenciadas pelas características da localidade.

- **Mathias Velho** (Canoas): predominante prática de limpeza do lar e das roupas. Grande parte dos entrevistados estava fazendo alguma tarefa do lar no momento da visita e muitas casas com roupas estendidas na frente. Nas ruas muito lixo e sujeira, um descaso dicotômico em relação ao lar. A escola é forte centro de influência nas

famílias da comunidade, não apenas através da educação reversa junto às crianças, mas também com envolvimento dos pais na horta comunitária e em outras atividades que incentivam a redistribuição.

- **Campo da Tuca (Porto Alegre):** Tanto a escola como o galpão de reciclagem são fortes entidades de influência das práticas, com interação nas famílias por diversas frentes dentro da comunidade. Algumas atividades organizadas pela escola reúnem a comunidade nos finais de semana e envolvem as famílias dos alunos em eventos com educação e diversão. No galpão tem a oficina de artesanato com uso de técnicas para reaproveitar materiais e objetos encontrados no lixo, mas a principal influência é através da empregabilidade e da valorização do lixo como fonte de renda.
- **Morro da Cruz (Porto Alegre):** identificados três centros de importância na comunidade por entidades: posto de saúde, associação morro da cruz e oficina de artesanato da D. Aninha. Atividades realizadas por estas entidades influenciam nas práticas cotidianas dentro e fora dos lares, com artesanatos e criatividade no reaproveitamento de materiais descartados, brechós e práticas de redistribuição na comunidade, festas da comunidade, caminhadas para grupos de idosos, etc.
- **Rubem Berta / Vila Dique (Porto Alegre):** Característica predominante de cultivo plantas em quintais, jardins e canteiros, além da produção de adubo natural e utilização de potes reaproveitados para plantio das mudas e aproveitamento do espaço. Também foi marcante a separação do lixo seco mesmo sem coleta seletiva na região, evidenciando a consciência e senso coletivo independente da estrutura.
- **Esmeralda (Viamão):** Muitos terrenos compartilhados com várias casas de um mesmo núcleo familiar, o que acaba gerando o compartilhamento de diferentes equipamentos, como máquina de lavar. Notável cultivo plantas e utilização de adubo de composto natural nos quintais das casas. Separação de alguns itens do lixo seco mesmo sem coleta seletiva na região e sem galpão de reciclagem. Festas comunitárias e campo de futebol que reúne crianças e famílias nos finais de semana na rua.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados desta pesquisa foi possível identificar práticas de consumo sustentáveis e não sustentáveis nos lares das classes populares do Brasil, através das diferentes iniciativas encontradas no cotidiano das comunidades visitadas. Durante a investigação dos hábitos cotidianos de consumo, interpretou-se o significado destas ações para este estrato social de consumidores e buscou-se entender os estímulos para o consumo sustentável nesse contexto socioeconômico.

Com base nos resultados, percebe-se que as práticas foram manifestadas no cotidiano dos consumidores tanto dentro dos lares, como na rede social em que convivem na comunidade, com atividades de interação entre vizinhos, familiares e amigos. De forma geral, foram encontradas mais práticas de consumo sustentáveis do que não sustentáveis. Dentro do consumo não sustentável o que mais se destacou foi a dicotomia entre a limpeza dentro dos lares, sem economia e cuidados com a água, e o descaso e sujeira observados nas ruas das comunidades, com restos de lixo, materiais de construção e outros descartes espalhados pelo chão. Essa prática que diferencia o ambiente interno (a casa) e o externo (a rua) foi relacionada com o que Da Matta (1998) aponta como rituais diferentes de acordo com o tempo e espaço, sugerindo que o cuidado com o patrimônio individual não é necessariamente o mesmo com o todo coletivo, que começa a partir do portão da casa para a rua, mostrando que os consumidores não se sentem responsáveis por aquele ambiente. E a questão do consumo exagerado de recursos naturais como água e energia surge da cultura brasileira de abundância e dos hábitos passados de geração em geração, com algumas mudanças recentes através da educação reversa que será abordada a seguir nas práticas sustentáveis. Além disto, estruturas clandestinas de água e luz também desagregam o valor dado aos recursos, que por serem ilimitados e sem referência financeira, acabam por vezes sendo desperdiçados.

Nas práticas de consumo sustentáveis, grande parte dos hábitos encontrados nesta pesquisa enquadra-se na pirâmide invertida da sustentabilidade (TIPS), na qual os autores Dobscha, Prothero e McDonough (2009) organizam os princípios sustentáveis em “6 R’s”. A recusa, ou anti-consumo, apareceu na prática de optarem por se deslocar a pé ou de bicicleta ao invés de pegar uma condução para o transporte e no hábito de não possuírem aparelhos climatizadores (ventilador, ar condicionado, lareira, calefação, etc.) em seus domicílios. Essas práticas de recusa no contexto das classes populares são diretamente influenciadas pelo fator econômico e fazem parte de uma motivação que é muito vulnerável a mudanças caso as condições financeiras se alterem.

A redução é um pouco diferente, já faz parte do estilo de vida das comunidades e dos hábitos cotidianos dos consumidores de classes populares, não somente pela motivação econômica, mas também por princípios culturais. Nesse contexto social a cultura do individualismo e o princípio do “*me first*” (GER e FONSECA, 2012) não foram determinantes nas práticas de consumo cotidianas dos lares das comunidades investigadas. Esse princípio de consumo sustentável para a redução se manifestou pelos cuidados expressivos com os desperdícios, na busca pelo aproveitamento máximo para redução, tanto de um novo consumo como de descartes. Não descartar sobras de alimentos e evitar compra de itens novos que podem ser adquiridos usados ou repassados pela rede social da comunidade, são exemplos de ações que evidenciaram esse princípio da pirâmide invertida da sustentabilidade.

As práticas de consumo sustentável mais presentes no contexto social estudado foram os “R’s” de redistribuir e reutilizar. O hábito de redestinar itens usados é comum nas classes populares; roupas, sobretudo infantis, foram os itens mais relatados no repasse para amigos, parentes e principalmente para os vizinhos na comunidade. Móveis e equipamentos domésticos também apareceram com a prática da redistribuição. Em unanimidade os entrevistados afirmaram que não descartam nenhum item, que “aqui, nada se perde” e que sempre redestinam os itens para os vizinhos e familiares ou transformam seu uso para uma nova função, gerando um novo valor e reutilizando materiais, produtos e embalagens como prática cotidiana, muitas vezes potencializada pelas oficinas de artesanato.

O conserto também foi encontrado como prática cotidiana de consumo e observou-se que nesse segmento de consumidores estudados o descarte definitivamente não é a primeira opção. As tentativas de conserto se estendem aos vizinhos e amigos, que muitas vezes trocam conhecimento e habilidades para se ajudarem reciprocamente, e dessa forma resolvem alternativas para arrumar objetos e equipamentos estragados. A criatividade e a persistência nas alternativas de conserto também foram notáveis, assim como a rede de interação social na comunidade para resolver os defeitos.

E por último, mas não menos importante, o “R” de reciclar esteve presente como parte do cotidiano de muitas pessoas das comunidades, não apenas nos galpões de reciclagem, mas também em outros ambientes e práticas. Nesta pesquisa, considerou-se o “R” de reciclar como prática que vai além da reciclagem do lixo seco, sendo um princípio que pressupõe a literalidade da palavra a medida que a matéria reinicia seu ciclo. Sendo assim, práticas como plantio de sementes e compostagem de adubo natural retornam o ciclo da matéria e por isso

também foram consideradas reciclagem e não geram descarte. A prática da separação do lixo chamou atenção por fazer parte dos hábitos cotidianos nos lares das comunidades visitadas, até mesmo quando não há coleta seletiva. A noção do destino do lixo e o valor que pode gerar para outras pessoas é o que motiva a agirem com essa consciência sustentável, na qual a prática é influenciada pelo senso coletivo dentro da comunidade.

Além destas práticas, que se enquadram na pirâmide invertida da sustentabilidade (TIPS), outros três princípios de consumo sustentável também foram evidenciados através de hábitos que complementam a pirâmide de Dobscha, Prothero e McDonough (2009). O primeiro é o compartilhamento, ou seja, o uso comum de um mesmo equipamento entre famílias, como no caso da máquina de lavar. É interessante que a posse dos bens e produtos não pressupõe o individualismo e, pelo contrário, há naturalidade no compartilhamento, que não é parte de uma ação de solidariedade, mas sim reflete o princípio da reciprocidade presente neste contexto social das classes populares (SCHAFER et al, 2010; BARROS, 2007; CASTILHOS, 2007). O hábito de dividirem um terreno com vários núcleos familiares originados de uma mesma família, com construções que partem da casa principal dos pais e vão crescendo com “puxadinhos” nos fundos, também facilita o compartilhamento de equipamentos para uso comum.

A multiplicação foi outra prática manifestada no meio de interação social das comunidades: trata-se de replicar ações cotidianas influenciando e incentivando outras pessoas a agirem da mesma forma. Existe muita “indicação” e recomendações entre os vizinhos, familiares e amigos que implica a multiplicação de práticas para aqueles que não conheciam ou não exerciam o hábito daquele consumo sustentável. Práticas como repassar mudas de plantas e ensinar as vizinhas a plantarem a partir das sementes secas de alimentos é um modo multiplicar o hábito. Também no âmbito de informação para influenciar a ação, notou-se que nos lares pesquisados alguns hábitos originam-se da educação reversa, ou seja, dos filhos ensinando os pais a partir do que absorveram nas escolas. A pauta das escolas abrange assuntos e atividades que envolvem o consumo sustentável, mesmo que o vocabulário não seja tecnicamente explícito. A partir destes aprendizados, as crianças “policiam” os pais, que assumiram naturalmente serem fiscalizados pelos filhos que orientam práticas de separação de lixo, de uso da água, de descartes incorretos como jogar lixo no chão e outros hábitos.

Ainda dentro das práticas de consumo sustentável, um último ponto fundamental evidenciado na pesquisa foi a criatividade no reaproveitamento de materiais que *a priori*

seriam descartados. A habilidade extraordinária com que manipulam o “lixo” é despertada como objetivo de transformar esses descartes para gerar um novo valor, seja através de oficinas organizadas dentro das comunidades ou por iniciativas próprias de reaproveitar itens em desuso. O design para sustentabilidade teoriza e contribui para o entendimento destas técnicas de criatividade na transformação do lixo em valor, na qual os atores são capazes de mudar a perspectiva do produto, imaginar soluções alternativas e desenvolver produtos sustentáveis a partir de uma nova visão (VEZZOLI, 2004; MANZINI, 2008; PARODE; REYES, 2011).

De acordo com os resultados desta pesquisa é possível refletir sobre eventuais **implicações gerenciais** através da possibilidade de empresas e organizações aproveitarem esse nicho de consumidores e seus hábitos estudados neste trabalho. A relação das práticas de consumo sustentáveis neste contexto social permite que organizações usufruam dos resultados para potencializar esses hábitos e criar iniciativas que apoiem esses hábitos. As iniciativas poderiam envolver, por exemplo, a promoção de feiras e desfiles de materiais reaproveitados que constituem a nova visão de valorização da criatividade sustentável, apoiando as pequenas organizações de grupos que trabalham com design para sustentabilidade nessas comunidades.

Compreendendo melhor o ambiente social, o significado dos produtos para esses consumidores e as práticas cotidianas de consumo das classes populares, as organizações também poderiam gerar e criar produtos eco-sustentáveis e oferecer soluções econômicas e acessíveis, que facilitassem as práticas de consumo nestas comunidades. Com as evidências encontradas também é possível interpretar e entender as necessidades destes consumidores a partir de suas práticas e identificar desafios que possam ser explorados para este segmento de consumidores, que representam uma grande parcela da população e estão na pauta do futuro sobretudo nos países emergentes com o Brasil.

Assume-se algumas **limitações desta pesquisa**, que apesar da transversalidade do estudo entre as diferentes comunidades pesquisadas, os resultados não podem ser generalizados e devem ser considerados os ambientes e regiões investigadas. Neste estudo também percebe-se que algumas práticas são mais fortes em algumas comunidades do que em outras, e essas particularidades de hábitos e culturas dentro de cada comunidade devem ser considerados. Ainda deve ser considerada subjetividade desta pesquisa, que dependeu do conhecimento limitado do pesquisador e sua interpretação dos resultados. Por fim, pode-se considerar que um tempo maior em campo poderia potencializar as informações coletadas e também eventualmente poderiam ter sido utilizadas outras formas de coleta de dados.

A prática da compra e aquisição de produtos não foi o foco da pesquisa e portanto o consumo estudado foi aquele presente nas práticas cotidianas nos lares e na interação social das comunidades. No entanto, como **sugestões para pesquisas futuras**, apresentam-se as oportunidades de pesquisar: os fatores motivacionais para as escolhas de compra destes consumidores de classes populares; buscar entender o que os influencia no momento da escolha na aquisição de produtos; quais seus níveis de informação sobre os impactos sustentáveis de um produto em detrimento a outros e qual a influência de sua consciência sustentável nestas escolhas. Outra sugestão seria realizar a pesquisa com um número maior de pessoas, utilizando outro método com técnicas diferentes. Também seria interessante realizar este mesmo estudo em outras classes sociais, a fim de traçar um comparativo das práticas e hábitos de consumo sustentáveis ou não.

Por fim, é possível afirmar que a presente pesquisa teve sua problemática atendida e contribuiu para reduzir a carência de estudos sobre os hábitos de consumo das classes populares e sobre consumo sustentável (HEISKANEN; PANTZAR, 1997; CONNOLLY; PROTHERO, 2003; DOBSCHA et al., 2009; SCHAFER et al., 2010; CASTILHOS, 2011; GER; FONSECA, 2012), unindo os temas para investigar o consumo sustentável neste contexto social e trazendo resultados que permitem a interpretação dos significados das práticas cotidianas de consumo sustentável dentro dos lares e pela interação social das comunidades.

8 REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2013-03-03/brasil-lidera-esforco-mundial-de-conservacao-do-meio-ambiente-diz-onu> Acesso em 02 abr 2013.
- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. **Consumer Culture Theory (CCT):** Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, v. 3, p. 868-882, Mar 2005.
- BARCELLOS, M.; KRYSTALLIS, A.; SAAB, M.; KÜGLER, J.; GRUNERT, K. **Investigating the gap between citizens' sustainability attitudes and food purchasing behavior:** empirical evidence from Brazilian pork consumers. *International Journal of Consumer Studies*, v. 35, p. 391-402, 2011.
- BARROS, C. **Consumo, hierarquia de mediação:** As dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas. Dissertação de mestrado Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2007.
- BELK, R. W. **The modeling-empiricism gap:** lessons from the qualitative-quantitative gap in consumer research. *Journal of Supply Chain Management*, p.35-37, Jan 2009.
- CASTILHOS, R. B. **Subindo o morro:** consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. Dissertação (Mestrado em Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2007.
- CHATZIDAKIS, A.; HIBBERT, S.; SMITH, A. P. Why people don't take their concerns about fair trade to the supermarket: the role of neutralization. *Journal of Business Ethics*, v. 74, p. 89-100, 2007
- CONNOLLY, J.; PROTHERO, A. **Sustainable Consumption: Consumption, Consumers and the Commodity Discourse.** *Consumption, Markets and Culture*, p. 275-291, 2003
- DA MATTA, R., **A casa e a rua.** Rio de Janeiro: 1998
- DA SILVA et al. **Segmentação da baixa renda baseado no orçamento familiar.** *Administração de Marketing*, 2009
- DOBSCHA, S.; PROTHERO, A.; MCDONAGH, P. **(Re)thinking distribution strategy:** principles from sustainability. p. 461- 474, 2009
- GER, G.; BELK, R. W. **I'd like to buy the world a coke:** consumptionscapes of the "Less Affluent World". *Journal of Consumer Policy*, v. 19, p. 271-304, 1996.
- GER, G.; FONSECA, M. J. **Sustainable Consumption at Home?** In.: *Global Research Forum on Sustainable Consumption and Production Workshop*, 13-15 Jun 2012, Rio de Janeiro, Brazil
- GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; DA SILVA, A. B. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais:** Paradigmas, Estratégias e Métodos. 2ed., São Paulo: Saraiva, 2006
- GUIA EXAME SUSTENTABILIDADE **Água:** a escassez na abundância, p. 40-46, Nov 2012
- HEISKANEN, E.; PANZAR, M. **Toward Sustainable Consumption:** Two New Perspectives. *Journal of Consumer Policy*, v. 20, p. 409-442, 1997.
- HEISLEY, D. D.; LEVY, S. J. **Autodriving:** A photoelicitation technique. *The Journal of Consumer Research*, v. 18, p. 257-272, 1991

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE **Censo demográfico e socio-econômico**, 2009

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE **Síntese de Indicadores Sociais**: uma análise das condições de vida da população brasileira, v. 27, 2010

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE, **Censo demográfico e socio-econômico**, 2012

LEVY, S. **Interpreting consumer mythology**: a structural approach to consumer behavior. *Journal of Marketing*. v. 45, p. 49-61, 1981

MANZINI, E. **Design para inovação social e sustentabilidade** – comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MATOSO, C. **Identidade, inserção social e acesso a serviços financeiros**: um estudo na favela da Rocinha. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto COPPEAD de Administração. Rio de Janeiro, 2005(a).

McCRACKEN, G. **Culture and consumption**: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of the goods. *Journal of Consumer Research*, v. 13, June 1986.

NERI, M. C. **A nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV/IBRE, 2008

O'DOUGHERTY, M. **Middle classes**: consumption and class identity during Brazil's inflation crisis. Tese de Doutorado, Departamento de Antropologia, City University of New York, 1997.

ONU-habitat **Relatório de do Programa das Nações Unidas para Assentamento Humano**, 2012

OSTERGAARD, P.; JANTZEN, C. **Shifting perspectives in consumer research**: From buyer behaviour to consumption studies. In: Beckmann, S.; Elliott, R.H. (eds.): *Interpretive consumer research: Paradigms, methodologies & applications*, p. 9-23, Copenhagen 2000.

PARODE, F.; REYES, P., **Design in time of sustainability** In: *Recycling Design*. Porto Alegre, 2011

PORTWOOD-STACER, L. **Anti-consumption as tactical resistance**: Anarchists, subculture and activist strategy. *Journal of Consumer Culture*, v. 12(1), p. 87-105, 2012.

PROTHERO, A.; MCDONAGH, P.; DOBSCHA, S. **Is Green the New Black?** Reflections on a Green Commodity Discourse. *Journal of Macromarketing*, v. 30(2), p. 147-159, 2010.

ROCHA, A.; ROCHA, E. **Paradigma interpretativo nos estudo de consumo**: retrospectiva, reflexões e uma agenda de pesquisas para o Brasil. *Revista R.A.E. – Revista de Administração de Empresas*, v. 47, p. 71 – 80, Jan/Mar, 2007.

SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS (SAE) – **Comissão para definição da Classe Média no Brasil**. Brasília: 2009.

SCHÄFER, M.; JAEGER-ERBEN, M.; DOS SANTOS, A. **Leapfrogging to Sustainable Consumption?** An Explorative Survey of Consumption Habits and Orientations in Southern Brasil. *Journal of Consumer Policy*, v.34, p. 175-196, 2011

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor** – comprando, possuindo, sendo. Porto Alegre: Bookman, 2008

SOPER, K. **Re-thinking the ‘Good Life’**: The citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism. *Journal of Consumer Culture*, v. 7, p. 205–229, 2007.

VALOR ECONÔMICO Disponível em <http://www.valor.com.br/brasil/2682174/nova-definicao-da-classe-media-abrange-54-da-populacao-brasileira> Acesso em 19 mar 2013.

VEZZOLI, C. **Design e sostenibilità**. In: Bertola, P. E Manzini, E. *Design Multiverso*, Milano: 2004