
**O CONSUMIDOR DO LIXO - A RELAÇÃO
DOS CATADORES DE MATERIAL
RECICLÁVEL COM OS BENS E
MERCADORIAS QUE RETIRAM DO LIXO***

Marina Roriz Rizzo Lousa da Cunha**

Pedro Célio Alves Borges***

Resumo: em um mundo onde consumir é o principal apelo e o lixo, o produto mais abundante, um grupo lida com os bens e mercadorias encontradas nas latas de lixo espalhados pela cidade de uma maneira muito peculiar. São os catadores de materiais recicláveis. Um grupo que depende do lixo para sobreviver, e também para ter acesso aos bens de consumo.

Palavras-chave: Formação da identidade. Lixo. Consumo. Sociedade de risco.

Na transição do século XX para o XXI, ricos, pobres, incluídos, excluídos são afetados por transformações e mudanças constantes, das mais diversas maneiras e intensidades. É a modernidade tardia, que Beck considera como uma fase em que a modernidade é inserida num novo modelo social, que mina e revisa as características do momento anterior, industrial, e que abre o projeto humano para novas contingências, complexidades e incertezas.

Dentro dessas novas contingências, a modernidade tardia marca uma fase de transformações no jeito de viver das pessoas. Contemporaneamente, Bauman acredita que o estilo de vida é caracterizado pela precariedade, marcada por condições de incerteza constante, pela transitoriedade e alterações sucessivas em suas formas. É uma vida líquida, em que o existir, significa transformar-se constantemente, numa verdadeira sucessão de reinícios.

Esta vida líquida (BAUMAN, 2005) marca uma sociedade balizada por valores voláteis, instáveis, descompromissados com o futuro, egoístas

e hedonistas. Valores estes que acabam por gerar preceitos e ligações frouxas, além de compromissos revogáveis.

Muda-se o modelo social, alteram-se o jeito de viver e os valores. Em consequência, acredita Bauman, nestes cenários se reestruturam os processos de formação identitários, que num momento social anterior se faziam ‘naturais, predeterminados e inegociáveis’. Agora, em seu lugar, acredita-se estarem brotando referências identitárias em movimento, marcadas por grupos móveis, frágeis e velozes, que buscam desesperadamente âncoras sociais com as quais possam se referenciar momentaneamente, e onde “as identidades ao estilo antigo [...] simplesmente não funcionam” (BAUMAN, 2005, p. 33). Um modelo identitário caracterizado por ganhar livre curso, cabendo a cada indivíduo fazer suas escolhas, a partir dos recursos e ferramentas que tem disponível.

Dentre esses recursos, o consumo estabelece-se como matéria-prima contínua e obsessiva para dar forma às identidades. Bauman aponta que na órbita do consumo encontram-se novas referências capazes de substituir as anteriores. Consumir, neste sentido, mais do que tratar do consumo de signos, passa a funcionar como um elemento que avalia e julga as pessoas, chegando a estruturar e orientar todo o ambiente social (política de vida, natureza das relações pessoais, formação de identidades, entre outros) por uma “síndrome consumista” (BAUMAN, 2005, p. 109). O consumo modela a tudo e a todos “à semelhança dos meios e objetos de consumo” (BAUMAN, 2007, p. 109). Passa a representar a possibilidade de haver uma verdadeira reciclagem identitária.

Os bens de consumo passam também a configurar uma situação original porque, pela primeira vez na história da humanidade, livrar-se das coisas, substituí-las, renová-las, se torna tão ou mais importante do que a mera posse/uso. Como nesta sociedade a taxa de mortalidade de expectativas é elevada e sempre crescente, consumidores experientes não se importam de destinar à lata de lixo tudo o que já tenha cumprido sua função identificadora, que tenha ultrapassado seu tempo de uso, de desfrute. E o descarte tem sentido próprio: é o medo de ser considerado *out* pela vida social, é o receio de ser “jogado no lixo” – lugar em que ninguém quer estar, nem mesmo os excluídos do processo formal de consumo.

O lixo, portanto, tem papel especial nesse contexto, como anuem Beck e Bauman. É dele que deriva o bem-estar da sociedade. Por ser o produto principal e mais abundante desse tempo, produto final de toda e qualquer ação de consumo, descartar tudo o que se tornou obsoleto

é medida de satisfação, é garantia de estar fora do lugar onde ninguém quer estar.

Sendo assim, o lixo é considerado, na sociedade contemporânea, o local dos excluídos e rejeitados, dos que possuem uma identidade social deteriorada (GOFFMAN, 1988), dos indivíduos estigmatizados, considerados estranhos, das pessoas estragadas e diminuídas. E por ser assim considerado, é o ambiente em que apenas uns poucos escolheriam estar por vontade própria. Porém, em alguns casos, é a opção que resta. A única forma de se sobreviver e de se almejar reconhecimento social. É o caso dos catadores de materiais recicláveis.

Este grupo, formado por agentes que selecionam resíduos para serem encaminhados à reciclagem, lida direta e cotidianamente com o bem mais rejeitado pela sociedade, o lixo, o resto. No entanto, para este grupo, o lixo tem significado especial. É dali que tiram sua sobrevivência e, é por ele que, na maior parte das vezes, têm acesso aos bens de consumo. Um consumo que ocorre através do que já foi descartado por terceiros. Uma relação homem-mercadoria peculiar e que afeta diretamente a construção de sua identidade social.

Esse artigo apresenta como este processo se estabelece. O objeto da pesquisa foram os catadores de materiais recicláveis associados de Goiânia. No total, foram quatro associações pesquisadas, A Ambiental, Coper-rama, Coopermas e Beija-Flor. Os estudos deram-se a partir de abordagem qualitativa.

O CONSUMO COMO ELEMENTO REGENTE DE ESTRUTURAS IDENTITÁRIAS

Na sociedade contemporânea, as transformações sofridas pelos diversos grupos sociais fazem com que os cimentos ontológicos característicos da primeira modernidade percam força na regência das estruturas identitárias. Em seus lugares destaca-se com cada vez mais força o consumo. Em muitos casos, inclusive, este último passa a se estabelecer como um dos substitutos às referências ortodoxas anteriores, tendo em vista que consumir, na transição entre o século XX para o XXI, passa a ser sinônimo de algo além do consumo de signos¹: engloba o consumo de massas e para as massas, altas taxas de consumo e de descarte de mercadorias *per capita*, a presença da moda, da sociedade de mercado, de sentimentos permanentes de insaciabilidade e também do consumidor como um de seus principais personagens sociais (BAUMAN, 2005).

O consumo funciona em uma sociedade em que seus membros são interpelados basicamente e exclusivamente como consumidores e onde aqueles que não o são, buscam a todo e qualquer custo ser incluídos no processo de consumir, uma vez que todos, incluídos e excluídos, fazem parte de “uma sociedade que julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades e sua conduta relacionadas ao consumo” (BAUMAN, 2005, p. 109). Seus membros gastam a maior parte do seu tempo e esforços tentando ampliar os prazeres daí advindos. Todo o ambiente social e também suas ações tendem a ser estruturadas e orientadas pela “síndrome consumista”, seja a política de vida, a natureza das relações pessoais, a formação da identidade do grupo, tudo tende a ser modelado “à semelhança dos meios e objetos de consumo” (BAUMAN, 2005, p. 109).

Essa síndrome sugere mais, muito mais, do que um fascínio pelas alegrias da ingestão e digestão, pelas sensações prazerosas e por ‘divertir-se’ ou ‘curtir’. É realmente uma síndrome, uma série de atitudes e estratégias, disposições cognitivas, julgamentos e pré-julgamentos de valores, pressupostos explícitos e tácitos variados, mas intimamente interconectados, sobre os caminhos do mundo e as formas de percorrê-los, as visões da felicidade e as maneiras de persegui-las, as preferências de valor e a expressão de Alfred Shutz) as ‘relevâncias tópicas’ (BAUMAN, 2005, p. 110).

Na sociedade marcada pelo consumo encontramos como pilares axiológicos a negação da procrastinação e a adequação e a conveniência de retardar a satisfação. É uma sociedade que promove a transitoriedade e a degradação da duração. Também dá ao valor de novidade maior peso do que o de permanência, além de abreviar o lapso de tempo entre o querer obter e a dissipação do anseio pelo seu desaparecimento. Nela as brechas entre a utilidade e a conveniência e a inutilidade e rejeição são estreitadas (BAUMAN, 2005), tornando tudo uma questão de velocidade, excesso e desperdício, características também presentes nas identidades que se formam neste contexto.

Por velocidade entenda-se o encurtamento dos caminhos que levam do anonimato ao sucesso e vice-versa. “As subidas e descidas são tão rápidas quanto o lançar do dado e ocorrem sem aviso, ou quase. A fama atinge rapidamente o ponto de ebulição e logo começa a evaporar” (BAUMAN, 2005, p. 112). Excesso e desperdício têm referência na abundância, uma abundância que tem papel elementar: aumentar a incerteza das escolhas que se espera ser eliminado ou pelo menos aliviado. Faz da vida dos

consumidores uma experimentação contínua, inclusive de identidades, numa infinita sucessão de tentativas e erros, mas que não são capazes de conduzir a uma terra mapeada e sinalizada.

Do desperdício, trata do grande volume de elementos descartados, do lixo farto e da possibilidade de ser jogado na lata de lixo. O lixo é considerado um dos grandes riscos percebidos neste período porque gera reflexões locais, regionais e transnacionais. Além disso, em um curto espaço de tempo constata-se que a ação predatória humana vem destruindo o que a natureza demorou bilhões de anos para gerar e é também responsável por uma situação de desequilíbrio ecológico que afeta as condições básicas de vida humana e animal. Fora tudo isso, a produção excessiva de lixo é acusada de causar um colapso no mercado, de destruir a confiança no modelo político atual, no capital econômico e na superioridade racional dos especialistas (ZANETTI, 2006).

Retomando Bauman (2005), este pensa que tanto as relações humanas, quanto as próprias identidades² dos incluídos, dos consumidores, se emparelham com o padrão de consumo de bens, podendo inclusive vir a estabelecer o que o autor denomina de “comunidades guarda-roupa”, que são comunidades reunidas

... enquanto durarem o espetáculo e prontamente desfeitas quando os espectadores apanham os seus casacos nos cabides. Suas vantagens em relação à coisa genuína são precisamente a curta duração de seu ciclo de vida e a precariedade do compromisso necessário para ingressar nela e aproveitá-las (BAUMAN, 2005, p. 37).

Na sociedade contemporânea, os objetos de consumo passam a ter um papel vital: o de regular as identidades. Eles representam à possibilidade de “renascer, de deixar de ser o que é para se transformar em alguém que não é” (BAUMAN, 2005, p. 16) pelo menos a quem possa pagar por isso. E essa reciclagem identitária vem acompanhada de “ferramentas patenteadas e prontas para uso, do tipo faça-você-mesmo” (BAUMAN, 2005, p. 16), que agilizam o trabalho e tornam-no mais eficiente sem a necessidade de habilidades especiais ou maiores dificuldades.

Eles vêm com a oferta de recuperar as suas perdas se você achar difícil suportar todos esses esforços. Seus vendedores também oferecem a substituição fácil e freqüente dos produtos no momento em que você não veja mais utilidade para eles, ou quando outros produtos, novos,

aperfeiçoados e ainda mais sedutores, apareçam pela frente. Em suma, os bens de consumo encarnam a extrema revogabilidade e falta de finalidades das escolhas e a extrema descartabilidade dos objetos escolhidos. Mais importante ainda, parecem colocar-nos sob o controle (BAUMAN, 2007, p. 102).

Além disso, essa reciclagem permite ao lixo ter um papel fundamental na construção das identidades sociais: ele se torna produto final de toda ação de consumo e o único que tende a ser sólido e durável numa sociedade de incertezas. Por outro lado, demonstra o bom funcionamento do sistema. O consumismo é a economia do excesso e do lixo. Constitui sua garantia de saúde e o único modo pela qual a sociedade de consumidores assegura sua sobrevivência. Nesta sociedade a taxa de mortalidade de expectativas é elevada e sempre crescente, “o caminho entre a loja e a lata de lixo deve ser curto, e a passagem, rápida” (BAUMAN, 2005, p. 108).

Assim, o lixo torna-se o principal e mais abundante produto do período. E é nele que se encontra uma das indústrias que assume posição de destaque na economia e se referencia como uma das mais sólidas e imune às crises: a indústria da remoção do lixo. “Da rapidez com que os produtos são enviados para os depósitos de lixo e da velocidade e eficiência da remoção dos detritos” (BAUMAN, 2005, p. 9) depende a sobrevivência da sociedade e o bem-estar de seus membros. “Nessa sociedade, nada pode reivindicar isenção à regra universal do descarte, e nada pode ter permissão de se tornar indesejável” (BAUMAN, 2005, p. 9). Constância, aderência e viscosidade, são os perigos mais sinistros e terminais, as fontes de temores mais assustadoras e alvo dos ataques mais violentos, além de ser um dos principais desafios que a vida líquida precisa enfrentar e resolver (BAUMAN, 2007).

Nesta situação, os consumidores mais experientes não se incomodam de destinar ao lixo tudo o que já tenha cumprido sua função de satisfação, e isso inclui o descarte de padrões identitários não mais interessantes. A curta duração e o desaparecimento predeterminado são aceitos com tranquilidade. Adeptos mais habilidosos chegam a se regozijar por se livrar do que ultrapassou seu tempo de uso, de desfrute (BAUMAN, 2005).

A essa questão está ligada uma das maiores preocupações das pessoas deste período: a ameaça de ser jogado no lixo, de ser considerado *out*, lugar onde nem mesmo os excluídos querem estar. Ali se confrontam os prazeres do consumo e os horrores da pilha de lixo, isto é, a perspectiva

de se “viver-para-o-depósito-de-lixo”. E isso acontece porque nessa sociedade todos são considerados objetos, bens de consumo. Consumidores e objetos de consumo demonstram serem pólos conceituais continuados, em que “todos os membros da sociedade de consumidores se situam e se movem, de um lado para outro, diariamente” (BAUMAN, 2007, p. 18). Na vida líquida, a distinção entre eles é com muita frequência, condicionalmente estabelecida, além de ser momentânea e efêmera. A regra é a reversão constante dos papéis, mas que não deixam de interligarem-se, misturarem-se e fundirem-se.

O que vemos, então, pela ótica de Bauman, são formas inusitadas de se perceber o consumo como elemento que exerce influência sobre a construção da identidade. Uma forma que só acontece porque se torna uma possibilidade de resposta aos desafios propostos pela sociedade contemporânea. A lógica do consumo serve às necessidades daqueles que precisam construir, preservar e renovar a individualidade, isto é, sua autonomia como pessoa, sua própria responsabilidade por seus méritos e fracassos. E isso acontece tanto na ótica daqueles que se encontram incluídos no processo formal de consumo, quanto também para os excluídos. Só que para estes últimos, não a partir da aquisição de bens, mas pela posse e uso de bens retirados do lixo.

O UNIVERSO DO LIXO E DO CATADOR DE MATERIAL RECICLÁVEL

No contexto atual, independentemente das decisões tomadas no círculo oficial, o crescente volume de lixo coletado e, por outro lado, a diminuição dos empregos formais e a tentativa de fuga da criminalidade, fazem emergir agentes econômicos, que se apropriam de resíduos para retirarem dali sua sobrevivência. São os catadores de materiais recicláveis, indivíduos que remexendo os restos da sociedade, se especializam na separação dos objetos destinados ao lixo. São agentes socialmente aptos para selecionarem resíduos sólidos secos, papel, plástico, vidro e metal, para serem encaminhados à reciclagem (MAGERA, 2004).

Predomina nos estudos sobre grupos de coletadores de material reciclável a noção de que esse segmento não é um novo ator no cenário do lixo. Juncá registra que “em 1857, um poema chamado ‘O vinho dos trapaceiros’ de Charles Baudelaire, já fazia referência à atividade do catador. No Brasil, é a figura do ‘velho garrafeiro’, do começo do século XX, que põe em evidência tal atividade” (JUNCÁ *apud* GONÇALVES, 2004, p. 22).

Sua expansão está diretamente relacionada ao desenvolvimento da sociedade industrial, que também faz crescer os riscos ambientais e a lógica de diminuição das possibilidades de emprego formal. Além disso, há, a partir de 2002, uma maior visibilidade dessa antiga ocupação. É nesta data que a atividade passa a fazer parte da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO). Sua função é a de catar, selecionar e vender materiais recicláveis como papelão, papel e vidro, materiais ferrosos e não ferrosos e outros materiais reaproveitáveis.

No Brasil, este grupo social tem formado uma força de trabalho cada vez mais visível. Existe cerca de um milhão de pessoas que otimizam seus esforços a favor da reciclagem e conseqüentemente do meio ambiente, cerca de 15% da população economicamente ativa no país (ROMANSINI *apud* BURSZTYN, 2000). Já para o Centro Empresarial para Reciclagem (Cempre) a estimativa é de que existam aproximadamente 300 mil catadores em todo o território nacional. Um número um pouco maior é considerado por Streit (2006) para quem existem 500.000 pessoas sobrevivendo da coleta.

Independente das controvérsias e dificuldades para a aferição oficial, reconhece-se que os catadores são responsáveis por coletar boa parte dos 240 milhões de quilos de matéria-prima jogados fora todos os dias no país, num setor com potencial para empregar 150 mil pessoas e faturar cerca de R\$55 milhões por ano (FOLHA DE SÃO PAULO *apud* FILHO, 2005).

Em Goiânia, os números relatados por Araújo e Silva (2008) registram 3.500 catadores de materiais recicláveis na cidade (ARAÚJO; SILVA, 2008). Mas há indícios que o número seja maior, tendo em vista as crescentes exigências para o acesso ao mercado formal de trabalho e também ao desemprego.

Um dos elementos marcantes no dia-a-dia dos catadores de materiais recicláveis é a exclusão social, tendo em vista que para garantir sua própria sobrevivência e a manutenção de seus familiares não encontram outra ocupação que não sejam aquelas atividades consideradas, muitas vezes, impróprias para os seres humanos como lidar com o lixo, com os resíduos e com as sobras dos que estão incluídos na vida formal. Esta exclusão, se dá, em parte porque são trabalhadores normalmente ligados à economia informal e também à destituição de direitos. Trabalhadores autônomos que não contam com a existência de um patrão de forma direta e que parecem, aparentemente, gozar de liberdade de ir e vir, fazendo seus próprios horários, mas que convivem cotidianamente com a sobrecarga

de trabalho, com remuneração incerta e precária, com o preconceito e a percepção de executarem um trabalho desvalorizado.

Além da subordinação funcional estabelecida pela informalidade econômica, há de se considerar o contexto social. Catadores de matérias recicláveis são geralmente dissociados das condições materiais e simbólicas atualmente necessárias à vida humana, assemelhados a animais devido às degradantes condições de trabalho a que estão sujeitos e tendem a ser submetidos a uma verdadeira invisibilidade pública, caracterizada pelo “desaparecimento intersubjetivo de um homem no meio de outros homens” (COSTA, 2004, p. 63).

Zanetti acrescenta que o lugar reservado para este grupo social seja o das sombras. Representa aquilo que não queremos ver, e reconhecê-lo significa dar um novo sentido à experiência refletida no simbólico daquele fenômeno. “Por isso a sombra também se traduz para a coletividade em forma de resíduo, é a parte social que não aceita nem ser trabalhada plenamente na sociedade” (ZANETTI, 2006, p. 225).

Segundo a autora esse processo de negação ocorre nos planos individuais e coletivos, e afeta tanto materiais quanto atores sociais envolvidos diretamente com o lixo. “Ao negar a inserção, ou efetuar a má-inserção de determinados grupos, a sociedade os rejeita, como rejeita o seu próprio resíduo, discriminando e desconsiderando a existência de uma comunidade residual” (ZANETTI, 2006, p. 226). Os indivíduos são “reduzidos à condição de *animal laborans*, cuja única atividade é a sua preservação biológica, e na qual estão impossibilitados do exercício pleno das potencialidades da condição humana” (ESCOREL, 2004, p. 140).

Cria-se, dessa forma, um paradoxo na sociedade moderna, pois o excluído sempre está dentro, na medida em que não existe mais o estar fora. Sempre está envolvido no processo de produção – consumo. Sempre ocupa um destes lugares, senão os dois. Os catadores de papel ou lixo em geral, por exemplo, estão inseridos no processo produtivo, ocupando a base de uma hierarquia de negócios, cujo ápice é ocupado por indivíduos ricos, que se apropriam dos valores produzidos na base (NASCIMENTO, 2000, p. 123).

Soma-se a todos esses fatores a própria auto-imagem problemática deste grupo de trabalhadores, derivada de histórias de vida marcadas por exclusão social e sentimentos como sofrimento, humilhação, desqualificação social, vergonha e necessidade de se sentir gente. Há também o

olhar negativo e marginalizador que a sociedade em geral tem acerca de sua profissão (GESSER; ZENI, 2004).

Além da exclusão cultural e subjetiva que se dá, respectivamente, pela visão depreciativa que a sociedade tem do catador de materiais recicláveis e mediante a humilhação e vergonha que percebem em sua condição, são perceptíveis outras duas formas de exclusão: a econômica e a política. A primeira ocorre através das privações por que passam esses indivíduos, em decorrência da pobreza; a segunda pelas restrições práticas para acesso aos direitos garantidos por lei.

Em parte esta exclusão está atrelada à visão negativa que se construiu do lixo, no decorrer da história (ZANETTI, 2006). As causas para isso estão diretamente ligadas à diferenciação tardia entre imundícies (dejetos, fezes, urina, águas servidas e cadáveres humanos e de animais) e resíduos, ocorrida apenas no século XIX, à falta de percepção do lixo como item de valor no mercado e ainda ao fato de que a coleta de lixo esteve, na maior parte da história, atrelada a carrascos, prostitutas e prisioneiros.

Nesta mesma linha, Streit indica que, devido ao seu contato permanente com o lixo, os catadores de materiais recicláveis, dentre todos os pobres, são os que ocupam posição mais desfavorável no interior da sociedade. Sofrem de processos intensos e variados de exclusão, sendo relegados “às zonas mais selvagens das cidades: as lixeiras, as ruas e os guetos, onde vendem seus produtos a intermediários e, em certas ocasiões, chegam a habitar” (STREIT, 2006, p. 143).

A RELAÇÃO HOMEM-MERCADORIA RETIRADA DO LIXO

Como vimos até agora, o lixo tem papel essencial na sociedade contemporânea: é seu bem mais abundante e representa o local dos rejeitados, onde ninguém quer estar. Sendo assim, para aqueles que dependem do lixo para consumir bens e mercadorias, as quais dificilmente têm acesso de outra forma, não podemos não esperar uma relação homem-mercadoria que não seja peculiar.

No caso dos catadores de materiais recicláveis de Goiânia, as mercadorias retiradas do lixo representam uma via marginal de inserção na sociedade de consumo. É por meio delas que buscam seu reconhecimento social. Temos então que, mais do que meros objetos, as mercadorias retiradas do lixo, representam um código social para o grupo. Possuir um objeto, mesmo que encontrado em uma lata de lixo, equivale à inclusão na sociedade de consumo.

Isso ocorre, porque, retomando Bauman, a posse de mercadorias, no contexto da sociedade contemporânea, representa a busca da satisfação imediata de suas necessidades. Além disso, é a partir dela que os que se encontram fora buscam ser incluídos no processo de consumo, já que todos, incluídos e excluídos, fazem parte de “uma sociedade que julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades e suas condutas relacionadas ao consumo” (BAUMAN, 2005, p. 109).

Sendo assim, mesmo para aqueles grupos excluídos do processo formal de consumo, como os catadores de materiais reciclados associados de Goiânia, ao nos referirmos a Bauman, podemos destacar uma tendência de que suas ações sejam estruturadas e orientadas pela síndrome consumista, mesmo que isso represente viver de mercadorias retiradas do lixo. A lógica do consumo, nesse contexto, serve às necessidades daqueles que precisam construir, preservar e renovar sua individualidade, sua autonomia como pessoa, sua própria responsabilidade por seus méritos e fracassos, influenciando, inclusive, grupos excluídos e marginalizados (BAUMAN, 2005).

Isso representa dizer que, ao catar um objeto do lixo, encontrar uma mercadoria descartada por outro e dela se apropriar, o catador de materiais recicláveis experimenta sensações (correntes de consciência, diria Schutz) de se considerar “como um membro” da sociedade de consumo, enxergando-se como alguém que possui bens, que está em consonância com os valores e atributos de seu tempo, com a moda. Passa a se referir à possibilidade de “renascer, deixar de ser o que é para se transformar em alguém que não é” (BAUMAN, 2005, p. 16). Por exemplo: ao encontrar brincos no lixo, uma catadora tende a sentir-se integrada à sociedade de consumo e não mais alguém que está a par desse universo tão almejado. A vaidade que passa a sentir assemelha-se à de alguém que compra o mesmo par de brincos (E isso vale mesmo se o brinco encontrado for de uma coleção que já está ultrapassada).

O pensamento sobre a posse dos bens, mesmo que retirados do lixo, é o de que pelo menos existe a possibilidade de se ter, se possuir um determinado bem, já que as mercadorias são vistas, pelo grupo, como símbolos de prestígio (GOFFMAN, 1988).

Cê não credita na quantidade de bijuterias que eu tenho, todas catadas no lixo. Ali eu acho tudo, até dinheiro. Já achei um malote, mais fiquei sabeno que tavam procurando e devolvi. Tem batom, perfume, roupa,

sandália. Eu não compro as coisas. Eu aproveito do lixo. Acho livro, caderno, tem até dicionário. Material escolar prus meus filhos então, nem se fala. Nunca comprei um caderno, tiro tudo do lixo. São coisas que eu num posso comprá. Queria que fosse doado, seria melhô, sabe, mas se não tem outro jeito, eu pego mesmo [...] tem tv, máquina de lavá. Tem coisa que vem com defeito que é só mandá arrumá e tem também outras que ce pega funcionando legal. Tenho um cordão banhado de ouro, lindo..., lençol, toalha, tem vez que o povo deixa amarrado numa sacolinha, outras eles põe tudo misturado mesmo (Entrevistada J).

A posse de mercadorias também é retratada como a realização de um sonho, e mais do que isso, de uma forma de se ter orgulho de si próprio.

Hoje eu já consegui ter meu barraco, consegui alugar um espaço só pra mim. Minha próxima meta é conseguir realizar meus sonhos de consumo: tê uma televisão, depois um aparelho de som, uma geladeira, um fogão e com o tempo eu quero conseguir tê uma casa toda mobiliadinha. Hoje lá em casa só tem um colchão e uma coberta (Entrevistado M).

Entretanto, quando tratamos da posse de mercadorias retiradas do lixo, é preciso considerar que a homogeneização – busca pela semelhança com os membros incluídos na sociedade de consumo – não acontece com a simples posse. Para ser considerada um objeto de valor pelo catador, a mercadoria precisa estar limpa e aparentar aspecto que não lembre um objeto recolhido do lixo.

Quando eu acho alguma coisa no lixo eu pego, separo, limpo, deixo ela com cara de novinha. Se cê olha nem parece que tirei do lixo (Entrevistado N).

Isso se dá porque, apesar do lixo ser o principal e mais abundante produto da sociedade de consumo (BAUMAN, 2005), este é o lugar onde todos têm medo de estar. Recolher mercadorias do lixo pode ser sinônimo, muitas vezes, de não ter outra opção, de não haver outra forma de se “parecer incluído na sociedade de consumo”.

Eu cato no lixo o que não tenho condição de comprar. [...] eu preferia ou comprar ou que as pessoas doassem pra mim (Entrevistada J).

As observações e entrevistas também demonstram a natureza hierárquica das relações sociais mantidas pelos catadores, no interior de seus grupos de convivência e trabalho, de acordo com a posse dos bens, mesmo que sejam retirados do lixo. Quanto maior o número de bens, maior o *status* do catador e mais poder o mesmo tem frente a seu grupo (não se considerando outros fatores e influências, como por exemplo, o carisma).

Lá em casa eu tenho TV, aparelho de som, maquina de lavá, tudo tirado do lixo (Entrevistada J³).

Hoje lá em casa só tem um colchão e uma coberta” (Entrevistado M⁴).

Outro aspecto percebido quanto à posse de mercadorias retiradas do lixo, é que esta coleta, ao mesmo tempo em que proporciona a percepção de homogeneização do catador com a sociedade, por outro lado, representa um elemento de diferenciação, de estratificação auto-evidente (GOFFMAN, 1988): não são todos os catadores que se permitem recolher mercadorias do lixo. O catador mais pobre e com menos posses aceita com mais facilidade retirar bens do lixo e deles fazer uso. Já para o coletor, por exemplo, que não executa a catação de materiais nas ruas, mas trabalha a partir de uma rede de coleta, a retirada de mercadorias do lixo é sinônimo de depreciação de sua atividade. É uma forma de evidenciar a pobreza e a incapacidade para possuir bens a partir dos padrões convencionais.

O coletor nunca cata nas ruas, nem pega mercadorias do lixo. O coletor é aquele que a partir da sua rede de relacionamentos, coleta e separa os materiais recicláveis. Quando precisa de alguma coisa ele compra, mas nunca cata do lixo. O lixo é um negócio e não meu provedor (Entrevistada L).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo “O Consumidor do Lixo – a relação dos catadores de material reciclável com os bens e mercadorias que retiram do lixo” teve como objetivo compreender como se estabelece a relação homem-mercadoria, no universo dos catadores de materiais recicláveis. Para tanto, baseou-se num universo específico, os catadores associados de Goiânia.

O desenvolvimento de leituras e do trabalho de campo conduziu a caracterizações empíricas e compreensões sobre a relação estudada que

demonstram que existe uma maneira muito peculiar dos catadores de lidarem com os bens de consumo encontrados no lixo. As mercadorias dali retiradas representam uma via marginal para que este grupo, considerado como excluído, tenha acesso aos bens e mercadorias e considerem-se como membros da sociedade de consumo.

Mais do que isso, essa relação peculiar dá aos catadores ainda a possibilidade de construir, preservar e renovar sua individualidade a partir da proposta de “renascimento identitário constante pelo consumo” presente na sociedade contemporânea.

CONSUMER WASTE - THE RELATIONSHIP OF RECYCLABLE MATERIAL COLLECTORS WITH THE GOODS AND GOODS EXITING OF GARBAGE

Abstract: In a world where consumption is the mainly appeal and garbage, the more abundant product, a group deals with the goods found in the cans scattered by the city in a very peculiar way. They are the collectors of recyclable materials. A group that depends on the junk to survive, and also to have access to consumer goods.

Keywords: Identity formation. Junk. Consumption. Risk society.

Notas

- 1 As teses de Bauman, em *Consuming Life*, focam a análise de categorias sociais distintas e o impacto destas na sociedade de consumo. Para ele, a característica distintiva da sociedade de consumo não é seu alto grau de consumo em si, mas a desvinculação deste de qualquer função pragmática ou instrumental. Nela, as necessidades adquirem nova plasticidade, não sendo necessária outra justificativa do que o mero prazer. O prazer se torna o princípio da realidade e também uma ameaça à estabilidade social (BAUMAN, 2001).

Essa visão, de Bauman, é contrária a um segundo modelo proposto pela teoria social que, segundo Barbosa, acredita que a sociedade de consumo seja marcada meramente pelo consumo de signos ou dos chamados *commodity signs* (BARBOSA, 2004).

- 2 Para Bauman, nos identificamos a partir das referências das pessoas com as quais nos relacionamos (BAUMAN, 2005).

- 3 Entrevistado J é líder de uma das quatro associações de catadores de materiais recicláveis analisadas pela pesquisa de campo.
- 4 Entrevistado M é membro em uma das quatro associações de catadores de materiais recicláveis analisadas pela pesquisa de campo, não ocupando cargo de liderança.

Referências

ARAÚJO, A.; SILVA, L. Diagnóstico dos catadores de recicláveis do município de Goiânia. TCC (Monografia) – UFG, Goiânia, 2008.

BAUMAN, Z. Identidade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005.

BAUMAN, Z. Vida líquida. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2007.

BARBOSA, L. Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

COSTA, F. Homens invisíveis: relatos de uma humilhação social. São Paulo:

ESCOREL, S. Vivendo de teimosos moradores de rua da cidade do Rio de Janeiro. In: EIGENHEER, E. Lixo, vanitas e morte. Niterói: Ed. da UFF, 2003.

FILHO, B. O valor econômico e social do lixo de Brasília. [Curitiba: O Autor, 2005].

GESSER, M.; ZENI, A. B. A educação ambiental como uma possibilidade de promover cidadania aos catadores de materiais recicláveis. Disponível em <<http://www.ufmg.br/congext/Meio/Meio35.pdf>>. Acesso em: 22.07.2008.

GOFFMAN, E. Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

JUNCA, D; GONÇALVES, M.; AZEVEDO, V. A mão que obra no lixo. Niterói: EdUFF, 2000.

MAGERA, M. Os empresários do lixo: um paradoxo da modernidade. 2004. Disponível em: <http://200.150.225.142/collegiumnet/site/files/publicacoes/revista-administracao_pauta_edicao3.pdf#page=47>. Acesso em: 10.07.2008.

NASCIMENTO, E. Dos excluídos necessários aos excluídos desnecessários In: No meio da rua. Rio de Janeiro: Garamond, 2003. p. 56 - 87.

NASCIMENTO, E. Juventude: Novo alvo da exclusão social. In: BURSZTYN, M. (Org.). NO MEIO da rua: nômades, excluídos e viradores. Rio de Janeiro: Garamond, 2003. p. 121-138.

ROMANSINI, S. O catador de resíduos sólidos recicláveis no contexto da sociedade moderna. 2005. Disponível em: <<http://www.bib.unesc.net/biblioteca/sumario/000026/000026D7.pdf>>. Acesso em: 14.12.2008.

STREIT, J. A Educação Ambiental como uma Possibilidade de Promover Cidadania aos Catadores de Materiais Recicláveis. 2006. Disponível em: <<http://www.ufmg.br/congrent/Meio/Meio35.pdf>>. Acesso em: 22.07.2008.

ZANETI, I. As sobras da modernidade. Porto Alegre: [s.n.], 2006.

* Recebido em: 09.04.2010.

Aprovado em: 04.05.2010.

** Mestre em Sociologia. Professora nos cursos de Publicidade e Propaganda da PUC-GO e da UFG. *E-mail*: marinaroriz@hotmail.com

*** Doutor em Sociologia pela UnB. Professor do curso de Ciências Sociais na Universidade Federal de Goiás (UFG) – graduação. Professor do Mestrado em Sociologia na UFG.