

CARLA MOTA DOS SANTOS DA SILVA

**INFORMAÇÃO, CONSUMO E INOVAÇÃO NO PARADIGMA
DA CRISE ECOLÓGICA: estudo de caso de um projeto
para os catadores de lixo**

**Dissertação de Mestrado
março de 2015**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO
INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA - IBICT
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - PPGCI

CARLA MOTA DOS SANTOS DA SILVA

INFORMAÇÃO, CONSUMO E INOVAÇÃO NO PARADIGMA
DA CRISE ECOLÓGICA: estudo de caso de um projeto para os
catadores de lixo

Rio de Janeiro
2015

Carla Mota dos Santos da Silva

INFORMAÇÃO, CONSUMO E INOVAÇÃO NO PARADIGMA
DA CRISE ECOLÓGICA: estudo de caso de um projeto para os
catadores de lixo

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós Graduação em Ciência
da Informação, convênio entre o
Instituto Brasileiro de Informação em
Ciência e Tecnologia e a Universidade
Federal do Rio de Janeiro / Escola de
Comunicação, como requisito parcial à
obtenção do título de Mestre em
Ciência da Informação.

Orientadora: Liz-Rejane Issberner

Rio de Janeiro
2015

S586 Silva, Carla Mota dos Santos da.

Informação, consumo e inovação no paradigma da crise ecológica: estudo de caso de um projeto para os catadores de lixo / Carla Mota dos Santos da Silva. Rio de Janeiro, 2015.

92f. : il.

Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação, Rio de Janeiro, 2015; Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia; Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação.

Orientadora: Liz-Rejane Issberner.

1. Informação. 2. Projetos de Desenvolvimento Social - Brasil. 3. Ecologia Humana. 4. Inovação. 5. Consumo (Economia). I. Issberner, Liz-Rejane (orient.) . II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III. IBICT. IV. Informação, consumo e inovação no paradigma da crise ecológica: estudo de caso de um projeto para os catadores de lixo

CDD: 303.483

CARLA MOTA DOS SANTOS DA SILVA

**INFORMAÇÃO, CONSUMO E INOVAÇÃO NO PARADIGMA DA CRISE
ECOLÓGICA: estudo de caso de um projeto para os catadores de lixo**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação, convênio entre o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia e a Universidade Federal do Rio de Janeiro / Escola de Comunicação, como requisito à obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Aprovada em

Prof.^a Dr.^a Liz-Rejane Issberner (Orientadora)
PPGCI / IBICT – ECO / UFRJ

Prof. Dr. Marcos Dantas Loureiro
PPGCI / IBICT – ECO / UFRJ

Prof. Dr. Philippe Léna
Institut de recherche pour le développement (IRD) - France

Prof.^a Dr.^a Marta de Azevedo Irving
Instituto de Psicologia – Programa EICOS/UFRJ

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família. A Marlene, mãe companheira e zelosa como poucas, pelo apoio que me permitiu conjugar a pesada rotina de estudos e de compromissos profissionais com as atividades familiares. Ao meu marido Edson, e ao meu filho, Matheus, amigos e parceiros de vida, por compreenderem as ausências e a importância desta conquista para mim. À minha madrinha e irmã Mariza, em memória, que torceu muito por isto e que nos deixou precocemente, sem ver este desejo concretizado. Por fim, a todos eles, por terem sonhado isto junto comigo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Prof.^a Dr.^a Liz-Rejane que, indo além da função de orientar, me apoiou ao longo desta trajetória acadêmica, incentivando e compreendendo os obstáculos que se impuseram à minha frente. Desde que dei início ao mestrado, profundas dificuldades surgiram, além daquelas já esperadas, naturais ao desafio de quem se inicia nas atividades de pesquisa. No entanto, a parceria que se firmou ao longo deste percurso e resultou neste trabalho, foi possível pela capacidade da professora em conseguir conjugar a firmeza e a dedicação necessária à formação de outro pesquisador, com a delicadeza de quem está sempre atenta às vicissitudes da vida e da dimensão humana.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Fluxo tradicional da informação.....	43
FIGURA 2 – Cartaz de divulgação do Pimp my Carroça	52
FIGURA 3 – A marca Pimp my Carroça.....	60
FIGURA 4 – “Seu Bahia”, imagem usada na divulgação do Pimp.....	61
FIGURA 5 – Catador “Biro Biro”, imagem de divulgação do Pimp.....	61
FIGURA 6 – Divulgação do Pimp my Carroça na plataforma Catarse.....	62
FIGURA 7 – Convite de mobilização para o Pimpex - canal Pimp na plataforma de <i>crowdfunding</i>	63
FIGURA 8 – Cobertura jornalística do Pimpex no YouTube	70
FIGURA 9 – Catador e voluntária na <i>fanpage</i> do Pimp my Carroça.....	70

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Resultado do <i>storytelling</i> com catadores no Pimp.....	60
QUADRO 2 – Diagrama de redes do Pimp my Carroça.....	66
QUADRO 3 – Estrutura da comunicação no Pimp my Carroça.....	68
QUADRO 4 – O fluxo de informação no Pimp my Carroça.....	69
QUADRO 5 – Categorias de patrocínio para captação de recursos para evento do Pimp my Carroça via <i>crowdfunding</i> - Apêndice C.	88
QUADRO 6 – Linha do tempo das ocorrências do Pimp my Carroça - Apêndice D.....	89

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARS – Análise de Redes Sociais

ABRELPE – Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais

FEI – Fluxo Enxuto de Informação

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MinC – Ministério da Cultura

MNCR – Movimento Nacional dos Catadores de Resíduos

OBEC – Observatório de Economia Criativa

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico.

RSU – Resíduos Sólidos Urbanos

SEC – Secretaria de Economia Criativa

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

RESUMO

SILVA, Carla Mota dos Santos da. **Informação, consumo e inovação no paradigma da crise ecológica**: estudo de caso de um projeto para os catadores de lixo. Orientadora: Liz-Rejane Issberner. 91f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2015.

Estudo de um projeto de inclusão social para catadores de lixo reciclável, o Pimp my Carroça. Ao partir da análise da exclusão social e da afirmação da identidade cidadã, discute o fenômeno da injustiça social, do consumismo, e o papel dos projetos de inclusão social num contexto de crise ecológica, em que busca desvendar o tipo de inclusão pretendida para os catadores beneficiados pelo Pimp my Carroça. Faz a análise da dinâmica informacional do projeto, fundamentada pelo mapeamento das interações entre os atores, possibilitando revelar os modos de disseminação de sua dimensão simbólica e de mobilização da sociedade civil. Somada à categorização das visões de ambos os grupos, catadores e idealizadores do Pimp, demonstra-se que o projeto lida com a contradição de buscar incluir os catadores de recicláveis no mundo do consumismo e da desigualdade social, o qual transforma o lixo em meio de vida para muitos indivíduos e que deseja combater. O estudo conclui que se faz necessário um pacto entre sociedade civil e Estado sobre a revisão das formas de utilização de recursos naturais, mas que a efetiva solução está no alcance da justiça social.

Palavras-chave: Informação; Consumo; Inovação; Crise Ecológica.

ABSTRACTS

SILVA, Carla Mota dos Santos da. **Informação, consumo e inovação no paradigma da crise ecológica**: estudo de caso de um projeto para os catadores de lixo. Orientadora: Liz-Rejane Issberner. 91f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2015.

This is a study of a project for social insertion of dustbin men called Pimp my Carroça. It analyzes the phenomena of social exclusion and the validation of citizenship to enable the discussion of social injustice, consumerism, and the role of social insertion projects in a context of ecological crisis, trying to unveil the type of insertion Pimp my Carroça aspires for the dustbin men it benefits. It analyzes informational dynamics of the project based on the mapping of Pimp's actors' interactions to reveal how the project's symbolic dimension is disseminated and civil society is mobilized around its cause. Added to the categorization of the view of both Pimp's beneficiary and benefiter this work shows that the project deals with the contradiction of willing to include the refuse collectors in a world of consumerism and social inequality the project fights against, where garbage is turned into a mean of living for many individuals. It concludes that the revision of the use of natural resources is only possible if comes up from a pact between civil society and the State, although effective solution relies on the reaching of social justice.

Keywords: Information; Consumerism; Innovation; Ecological Crisis.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 A QUESTÃO DE PESQUISA	19
1.2 OBJETIVOS	21
1.3 JUSTIFICATIVA	22
2 METODOLOGIA GERAL DA DISSERTAÇÃO.....	23
3 O CONTEXTO MULTIDIMENSIONAL DO PIMP MY CARROÇA	24
3.1 A CRISE CIVILIZATÓRIA	24
3.2 A CRISE ECOLÓGICA E OS LIMITES AO CRESCIMENTO	25
3.3 DESENVOLVIMENTO, EXCLUSÃO E INICIATIVAS INOVADORAS FACE À CRISE.....	30
3.4 CULTURA DESCARTÁVEL, CONSUMO E CIDADANIA	35
3.5 PRODUÇÃO COLABORATIVA.....	39
4 A DINÂMICA E OS FLUXOS INFORMACIONAIS NAS REDES COLABORATIVAS	42
5 O ESTUDO DO PIMP MY CARROÇA	44
5.1 IDEOLOGIA E OPERAÇÃO DO PIMP MY CARROÇA	45
5.2 ARTICULADORES, PARCEIROS E EVENTOS	48
6 PROCEDIMENTOS DA PESQUISA DE CAMPO	53
6.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO	56
6.2 A DINÂMICA INFORMACIONAL DO PIMP MY CARROÇA	63
6.2.1 A análise de redes do Pimp my Carroça.....	64
6.2.2 Os fluxos informacionais no Pimp my Carroça.....	68
7 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	71
REFERÊNCIAS	77
APÊNDICES	85
ANEXOS	90

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação focaliza a questão da exclusão social, num contexto de crise ecológica, desenvolvendo uma visão crítica sobre, por um lado, o consumismo e por outro lado, os projetos de inclusão social. Ao longo da pesquisa é possível verificar que essas duas perspectivas podem apresentar aspectos ambíguos, onde ganha destaque a pergunta: inclusão social em que tipo de mundo?

A pesquisa se apóia em um estudo de caso de um projeto voltado para os catadores de lixo denominado “Pimp my Carroça”, o qual se dedica à inclusão de carroceiros que exercem a atividade de catadores de recicláveis nas cidades brasileiras, por meio de uma tentativa de resgate da auto-estima e da valorização da atividade perante a sociedade. O Pimp my Carroça tem seu nome inspirado no conceito de “pimpar” veículos usados, reformando-os para personalizá-los com base em algum projeto previamente definido. Esta tendência vem se tornando popular nos últimos anos, principalmente a partir de programas como o “Pimp my Ride”, do canal de tv americano MTV¹. Adicionar estilo diferencial aos veículos, além de deixá-los funcionais, adequando-os às necessidades de seus donos, são objetivos perseguidos por quem “pimpa” veículos. No caso do Pimp my Carroça, os catadores têm as suas carroças reformadas estruturalmente para aumentar sua robustez e durabilidade, além de serem pintadas e decoradas, sempre ganhando frases que remetem à temática da reciclagem e descarte de lixo, de modo a ganharem destaque em meio ao trânsito das grandes cidades.

Neste estudo de caso, a dinâmica do projeto Pimp my Carroça é analisada sob a perspectiva de redes perpassadas por fluxos informacionais entre diferentes integrantes do projeto; a disseminação do projeto Pimp my Carroça e a construção simbólica da marca como artifício de marketing para a sua promoção; e os meios de mobilização da sociedade civil² analisados sob a perspectiva da crise ecológica. Estudar este projeto possibilita identificar e caracterizar o contexto de um grupo de catadores de lixo, dos idealizadores de um projeto inovador, voltado para criar melhores perspectivas de vida para estes indivíduos, por meio de sua imbricada rede de atores e canais de atuação.

A atividade dos catadores está em grande parte associada ao descarte gerado pelo consumo incessante, a que Bauman (2008) designa “consumismo”, e que rege toda a cadeia produtiva, constituindo-se no próprio *modus operandi* do sistema capitalista, pois funciona

¹ Cf. Site do Pimp my ride. Disponível em: <http://www.mtv.com/shows/pimp_my_ride>. Acesso em: 02/03/15.

² O conceito de sociedade civil é muito controvertido e não é intenção aqui avançar nesse debate, visto que o interessa nesse trabalho é representar as formas de organização voluntárias e espontâneas de cidadãos. Uma discussão aprofundada pode ser encontrada em Bobbio (1982).

como um “atributo da sociedade de consumo”, uma “capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar [...] tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores” (IBIDEM, p.41). No contexto ideológico do Projeto Pimp my Carroça, o de alertar a sociedade sobre as consequências do consumismo, a atividade dos catadores de recicláveis se constitui em um paradoxo, já que é em grande parte, sustentada por este fenômeno.

A dimensão ecológica do processo de acumulação de capital fundamentada no crescimento contínuo e ilimitado da produção e consumo contribui para um processo que está levando ao esgotamento dos recursos naturais e ao aquecimento global, que é um dos mais importantes e graves sintomas deste paradigma. Ao longo de toda uma cadeia produtiva, inúmeros recursos naturais são exauridos em função do processo exploratório: fontes d’água são poluídas, solos são contaminados, fauna e flora são afetadas. A crise ecológica não se manifesta apenas pela escassez de recursos naturais, mas também pelos resíduos que são gerados no processo produtivo, em especial, a quantidade de gases de efeito estufa (GEE) emitidos na atmosfera, com consequências calamitosas para o clima do planeta. Estes fenômenos fazem parte de um círculo vicioso que hoje tem na produção e no consumo ilimitado o propulsor dos impactos sobre a natureza, o qual também promove na ponta da cadeia produtiva, a geração do lixo, que produzido em grande volume e associado ao descarte inadequado, participa ativamente do cenário de degradação ambiental.

A manutenção deste modelo apóia-se num paradigma econômico que mede a riqueza de um país, sem computar os custos ligados a variáveis socioambientais, usando para isso indicadores como o produto interno bruto (PIB), que é útil

para medir apenas um aspecto limitado da economia – a atividade econômica do mercado – mas o PIB tem sido equivocadamente utilizado como uma medida mais ampla de riqueza [...]. O PIB não foi projetado para medir riqueza social ou econômica, e ainda hoje é um dos mais usados indicadores de desempenho total de um país. (CONSTANZA et al., 2013, p.58).³

Teóricos, que serão apresentados nesse trabalho, reconhecem a necessidade de encontrar soluções que permitam equilibrar o crescimento das riquezas da nação com o desenvolvimento social e econômico. O crescimento desenfreado e desigual dos países, verificado no paradigma produtivista, vem assolando os recursos naturais e a própria sociedade, e se manifesta sob outras facetas além da ecológica, sendo a mais evidente, mas não menos importante, a da exclusão social.

³ NT: Texto original em inglês, disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ecolecon.2013.04.019>>. Acesso em: 07 jul. 2014.

No vácuo das ações efetivas do Estado para o enfrentamento da crise, a sociedade civil amplia o seu raio de ação ocupando a lacuna deixada pelo poder público. Em nível global, cresce o contingente de indivíduos que se reúnem para pensar, gerir e promover iniciativas capazes de promover o equilíbrio no planeta, em todas as suas dimensões, designados de forma genérica, e mais recentemente, de movimentos altero mundistas.

A persistência e o crescimento da exclusão no mundo deram origem aos estudos das chamadas inovação inclusiva, que ao contrário das abordagens tradicionais que privilegiam as tecnologias *hightech*, tem como foco as soluções, muitas vezes, de baixo conteúdo tecnológico, mas com grande potencial de inclusão de pessoas e comunidades na sociedade. A discussão sobre a inovação inclusiva, por sua vez, serve de apoio tanto para discutir e caracterizar o objeto do presente estudo, já que o Pimp my Carroça é caracterizado como um tipo de inovação inclusiva.

O termo inovação inclusiva vem sendo utilizado para designar os incentivos à inovação tecnológica meramente voltada para a capacitação da base da pirâmide econômica com vistas à sua integração ao mercado consumidor. A ideia é que essas inovações sejam geradas a partir da participação das pessoas na busca de soluções e de implantação prática. As inovações inclusivas podem propiciar uma abordagem mais ampla para tratar dos que sofrem de privação de toda ordem: econômica, cultural e social, para promover sua efetiva integração à sociedade, incluindo o paradigma econômico vigente e a crise ecológica em que toda a sociedade está inserida. Cabe assinar, no entanto, que apesar de recomendarem uma abordagem holística, muitos estudos sobre a inovação inclusiva e mesmo as inovações em geral, ainda negligenciam a dimensão ecológica.

A multidimensionalidade dos processos de exclusão social está basicamente associada à ideia da pobreza, refletindo-se sob forma de privação generalizada, apoiada na “compreensão de que as vidas dos indivíduos são inevitavelmente, vidas sociais” (SEN, 2000, p.4). Por esta razão a

inovação inclusiva precisa ser compreendida e desenvolvida no contexto de uma concepção holística do ciclo inovativo, a distinção entre inovação de processo e inovação de produto e os papéis desempenhados pelos pobres, tanto como produtores quanto consumidores. (CHATAWAY et al, 2013, p.1)⁴.

O desenvolvimentismo gerou então, como um de seus efeitos, a consolidação de mecanismos de inclusão social por meio do consumo, que ratificam a condição de exclusão de

⁴ Livre tradução da autora; versão em inglês, disponível em: <<http://www.open.ac.uk/ikd/documents/working-papers/ikd-working-paper-65.pdf>>. Acesso em 18 jun. 2014.

certos grupos, enquanto reforçam o *status* daqueles considerados socialmente incluídos. Nessa lógica, as iniciativas inclusivas buscam incorporar os excluídos sociais à sociedade mudando a forma como esta os enxerga, ressignificando-os, o que não é necessariamente positivo, porque muitas vezes este fenômeno passa, tão somente, pelo processo de capacitá-los para a geração de renda e posterior integração ao mercado consumidor, sem que haja uma reflexão efetiva sobre as razões e os mecanismos que geram e perpetuam o fenômeno da exclusão. Incluir os excluídos em uma sociedade desenvolvimentista e que tem como medida de valor o potencial de consumo dos seus cidadãos, significa muitas vezes, e talvez, exclusivamente, alçá-los à condição de obter sua própria renda de modo a serem validados como cidadãos consumidores, ou “consumidores cidadãos”, discussão que nos remete a Canclini (1997) que considera o consumo como sendo vital para a construção da cidadania. O emprego de artefatos comunicacionais e mercadológicos participa da construção de “modelos de vida” a serem consumidos pelos indivíduos: o que se veste, o que se come e o que se usa denotam a posição social do indivíduo, assegurando o reconhecimento de seu *status* social por aqueles que o cercam.

É necessário perceber os mecanismos que contribuem para a longevidade do paradigma do desenvolvimentismo e do consumismo para que, então, se possa encontrar saídas efetivas para este cenário capaz de subsumir de ideologias (“desenvolvimento sustentável”) a movimentos sociais que surgem em oposição à lógica estabelecida. Uma perspectiva sógnica da sociedade de consumo pode ser recortada em Dantas (2012) sob a abordagem da economia política da informação, ao analisar a imbricada rede de interações e elementos que participam da construção do valor de uso da informação transmutada em mercadoria, na contemporaneidade de sua conexão com o modelo capitalista, como explica:

Se a unidade do processo de trabalho [...] foi remetido para a produção material sógnica, o que interessará é o estudo crítico de como o capital logrou desenvolver e se apropriar desta instância, vale dizer, de como o trabalho com informação substituiu o trabalho direto simples como fonte de valor e de acumulação. Se entendermos isso, talvez possamos dar os primeiros passos para *reconstruir* um projeto histórico alternativo que prossiga a busca pela libertação do Homem (DANTAS, 2012, p.151).

Fontenelle complementa a visão de Dantas, ao adotar a noção de “cultura descartável” para sintetizar e conjugar a dimensão simbólica e a dimensão técnica do processo de construção de marcas, salientando sua função na sociedade de consumo: “[...] verificamos um processo de transmutação: num dado momento, a marca usa elementos da realidade social

para construir a sua imagem; em um outro, é essa própria realidade social que se refere à marca para definir a si mesma”. (Fontenelle, 2013, p.280).

As análises de Dantas e Fontenelle e a relação entre o capital, o consumo na sociedade contemporânea e a função do símbolo (marca), são também abordadas em Bauman (2008) e Canclini (1997), que tratam da função referencial que as mercadorias adquiriram na construção de identidades nesta sociedade de consumo: “nas novas gerações as identidades se organizam menos em torno dos símbolos histórico-territoriais, os da memória da pátria, do que em torno de [marcas como] Hollywood, Televisa ou Benetton” (CANCLINI, 1997, p.39).

Neste sentido, os consumidores são levados pela necessidade de se “comodificarem” – de se transformarem em mercadorias atraentes – e pressionados a exhibir todos os estratagemas usuais da prática de marketing para esse propósito. Obrigados a encontrar um nicho de mercado para as coisas que possam vir a obter ou esperar desenvolver, devem observar com atenção as oscilações do que é demandado e do que é oferecido, e seguir as tendências do mercado. (IBIDEM, p.142).

Por sua relevância, os mecanismos de construção simbólica de mercadorias e de sua promoção no dito “mercado consumidor” são referenciados neste trabalho, visando contribuir para a compreensão do fenômeno da construção da cidadania no contexto da sociedade de consumo, fornecendo elementos para o processo de segregação social sofrida pelos catadores de lixo, objeto deste estudo. Por outro lado, deverão dar subsídio teórico para analisar o processo de disseminação da marca Pimp my Carroça e sua ideologia, sob a ótica da ciência da informação, mantendo a perspectiva de que o Pimp é um símbolo passível de subsunção pelo capital.

A observação da dinâmica comunicacional do Pimp my Carroça, revela uma rede de fluxos informacionais entre seus integrantes, os quais, uma vez analisados, podem ajudar na caracterização dos grupos que coexistem no Pimp e nas relações de comunicação estabelecidas entre eles. O interesse na forma como a sociedade civil, catadores, voluntários e organizadores são mobilizados e se organizam em torno do próprio Pimp, dirige este estudo, tendo como base teórica a ciência da informação e como propulsora, a visão de Capurro e Hjörland:

Com relação ao conceito de informação, a implicação é que o que conta como informação – o que é informativo – depende da questão a ser respondida. A mesma representação de um objeto (por exemplo, uma pedra em um campo) contém diferentes informações para, digamos, um arqueólogo ou um geólogo. [...]

Informação é o que pode responder questões importantes relacionadas às atividades do grupo-alvo. (CAPURRO; HJÖRLAND, 2007, p.187).

A caracterização dos grupos que participam direta ou indiretamente do Pimp my Carroça e os modos como a informação é disseminada entre eles, pode ajudar a revelar algum grau de semelhança com as estratégias de marketing voltadas a promover o consumo de bens, o que nos remete novamente à discussão sobre o paradigma de consumo e crise ambiental vigentes.

1.1 A QUESTÃO DE PESQUISA

O projeto Pimp my Carroça tem a proposta de inclusão social e de responsabilidade ambiental, mas considerando a natureza da crise ecológica e o consumismo exacerbado que os idealizadores combatem, não haveria algum tipo de contradição no discurso que sustenta o projeto? Ou seja, o projeto Pimp my Carroça não estaria se propondo a incluir os catadores numa sociedade produtivista e consumista que o próprio projeto combate? Em última instância, não estaria assim visando transformar os catadores em cidadãos consumistas? Uma questão que perpassa essa discussão é da justiça social, onde não seriam os pobres a “pagar a conta” do desastre ecológico, o que sugere que esse é um tema que precisa ser discutido num contexto social bem mais amplo do que o que vem acontecendo.

A literatura (MORIN, 2000; SEN, 2000; BAUMAN, 2008; LÉNA, 2012; LATOUCHE, 2012; VEIGA e ISSBERNER, 2012; NASCIMENTO, 2012) chama a atenção para a importância de uma mudança do paradigma civilizacional, onde o produtivismo e o consumismo, distorções das formas como é regida a relação homem/natureza, seriam combatidos à medida que a civilização consiga caminhar em direção a uma nova visão, integralizadora, deste binômio, como propõe Morin (2000, p.26) ao conceber a “unidualidade”:

Tomemos um exemplo: há dois paradigmas opostos acerca da relação *homem/natureza*. O primeiro inclui o humano na natureza, e qualquer discurso que obedeça a esse paradigma faz do homem um ser natural e reconhece a “natureza humana”. O segundo paradigma prescreve a disjunção entre estes dois termos e determina o que há de específico no homem por exclusão da idéia de natureza. Estes dois paradigmas opostos têm em comum a obediência de ambos a um paradigma mais profundo ainda, que é o paradigma de simplificação, que, diante de qualquer complexidade conceptual, prescreve seja a redução (neste caso, do humano ao natural), seja a disjunção (neste caso, entre o humano e o natural). Um e outro

paradigmas impedem que se conceba a *unidualidade* (natural ↔ cultural, cerebral ↔ psíquica) da realidade humana e impedem, igualmente, que se conceba a relação ao mesmo tempo de implicação e de separação entre o homem e a natureza. Somente o paradigma complexo de implicação/ distinção / conjunção permitirá tal concepção, mas este ainda não está inscrito na cultura científica. (MORIN, 2000, p.25).

A justiça social é parte integrante do debate, pois trata, num contexto de restrições, do uso de recursos naturais e do descarte de resíduos, expressa pelo combate às desigualdades entre ricos e pobres. A inovação inclusiva, a inovação social, e todos os termos congêneres, surgem neste cenário como resposta à exclusão de um grupo, que apesar de majoritário, vive às margens de um modelo de mundo ideal, de uma identidade cidadã, que está inexoravelmente vinculada à capacidade de produção e consumo do indivíduo. No entanto, inovação inclusiva nem sempre leva em conta a questão ecológica. Ou seja, nem sempre uma inovação inclusiva leva em conta a finitude dos recursos naturais existentes no planeta e a necessidade de políticas para gestão destes recursos, tanto para a sua utilização, quanto para a sua distribuição equânime, em nível mundial, que observe os ciclos regenerativos das espécies de fauna e flora, recursos hídricos e minerais, e assegure ao mesmo tempo, dignidade ao homem durante sua vida, em qualquer lugar do planeta. Por outro lado, os impactos gerados pelo modo de vida do homem têm de ser substancialmente minimizados, para viabilizar a subsistência das espécies remanescentes, inclusive dele próprio, homem:

Neste início de terceiro milênio, o ser humano alcançou um grau jamais visto em termos de conhecimentos e proezas científicas e técnicas. [...] Mas, ao mesmo tempo, apesar destes feitos incríveis, o homem conseguiu ameaçar a existência das gerações futuras, bem como sua própria sobrevivência no planeta. [...] O que falta ao ser humano para poder enxergar aquilo que, para sobreviver, ele precisaria renunciar, ou no mínimo transformar radicalmente, para liberar seu horizonte? (BESSON-GIRARD, 2012, p.372)

Considerando então o objeto deste estudo, cabe indagar, em que tipo de sociedade os idealizadores do Pimp my Carroça visam incluir os catadores? A resposta a esta questão requer a compreensão de que qualquer tipo de inclusão pressupõe a existência de um modelo em que se pretende incluir - algo ou alguém - ou ser incluído. Modelo que pode ser designado como um “tipo de mundo” ou “visão de mundo”, aquilo que compõe o imaginário de cada indivíduo sobre critérios e ideias de como deve ser a vida, e que normalmente compreendem um estilo de vida, traduzido pela capacidade individual de produção e do acesso a bens, direitos e benefícios. Sendo assim, a expressão “visão de mundo” que será utilizada ao longo

do presente trabalho, é traduzida pelos valores e os objetivos futuros (sonhos) dos atores do projeto Pimp.

Emerge então a dúvida sobre o tipo de mundo em que os catadores de lixo reciclável querem ser incluídos e o mundo em que os idealizadores do projeto Pimp my Carroça almejam incluí-los: a meta de vida dos catadores, seus sonhos são os de serem incluídos em um patamar de consumo que denote ascensão social? Cabe questionar: em que tipo de sociedade os catadores querem ser incluídos, qual é a sua visão de mundo? E, por último, se os catadores querem ser, de fato, incluídos em algum tipo de sociedade.

Para responder a esses questionamentos serão estudadas as relações de comunicação entre os atores que participam do projeto Pimp my Carroça, de forma ativa, de modo a caracterizar as dinâmicas informacionais, ou seja, os tipos de informações trocadas, seus fluxos e canais. Dessa forma se pretende investigar: como os diferentes atores enxergam a questão da sustentabilidade neste processo de inclusão? Qual a visão dos carroceiros sobre a atividade que desenvolvem para a sociedade?; será que também compartilham do idealismo ecológico e social dos organizadores do projeto? A visão de algum destes atores está incorporada à lógica do consumismo e do paradigma produtivista, típicos do modelo econômico contemporâneo vigente? A caracterização da subjetividade dos carroceiros ao longo do estudo deverá ajudar na compreensão destes pontos.

1.2 OBJETIVOS

Este estudo tem como objetivo geral, analisar a dinâmica informacional da marca Pimp my Carroça para compreender que tipo de inclusão é pretendida pelo projeto para os seus beneficiários, por meio da investigação da visão de catadores e ativistas do Pimp, dos modos de disseminação da dimensão simbólica do projeto e de mobilização da sociedade civil, no contexto da crise ecológica mundial.

Entre os objetivos específicos estão:

- a) Pesquisar a história do Pimp my Carroça, seus objetivos, *modus operandi*, os atores envolvidos e os papéis que desempenham no projeto;
- b) Identificar e analisar as atividades ligadas à disseminação da marca Pimp sob a perspectiva informacional.
- c) Levantar os pressupostos da crise ecológica mundial e esclarecer sua relação com o modelo econômico vigente, o consumismo e a inovação inclusiva;

d) Identificar e categorizar visões de mundo e objetivos de cada grupo de atores do Pimp my Carroça e confrontá-las para perceber sua relação com a dimensão simbólica do projeto, sua ideologia e objetivos.

1.3 JUSTIFICATIVA

O consumo incessante e contínuo é uma característica de nosso sistema produtivo. Esse sistema provoca a necessidade de consumir de uma forma que ultrapassa o conceito vebleniano de consumo ostensivo, para uma insaciabilidade doentia dos desejos de que Bauman (2008) nos fala. Essa lógica produtiva avança sobre os limites planetários de utilização de matérias primas e descarte, atropelando a justiça social; desde que o consumo continue crescendo, não importa se sua origem provém de uma minoria que consome muito.

Na economia consumista o mercado está sempre em movimento, quanto mais circulação de dinheiro no mercado, mais rápido “produtos de consumo estão viajando para o depósito de lixo” (BAUMAN, 2008, p.51). O presente trabalho estuda o consumismo a partir da ótica de quem está no fim da linha da cadeia de produção, na parte baixa da pirâmide social. O descarte da sociedade de consumo alimenta um conjunto de pessoas que a partir do lixo dá nova existência aos produtos descartados e, assim, regenera um novo ciclo produção.

O surgimento de novas formas de mobilização de grupos de pessoas que se desenvolvem no vácuo da atuação do Estado, como o Pimp my Carroça, é uma resposta às demandas de minorias, nesse caso dos catadores de lixo. Esse projeto pode ser considerado uma nova categoria de inovação, a inclusiva, que focaliza em soluções criativas e baratas para a inclusão de pessoas na sociedade. Essa parcela marginalizada da população recebe pouca ou nenhuma atenção do poder público. O projeto Pimp tem uma atuação que visa amenizar os efeitos da falta de assistência operacional, médica, bem como da integração dos catadores de lixo à sociedade, ao mesmo tempo em que lida com a questão ecológica ao apoiar o trabalho de pessoas que contribuem para a reciclagem.

Muitas das saídas oferecidas ao combate da exclusão social revelam uma perspectiva desenvolvimentista por trás da solução, e buscam na geração de renda voltada para o aumento do potencial de consumo, o meio para a incorporação destes indivíduos à sociedade. O discurso sobre uma justiça social é amplificado, ganhando destaque na agenda política de nações em todo o mundo, e desloca para outra camada da população, os desdobramentos mais severos e imediatos sobre a crise ecológica em curso. Assim, enquanto aqueles que estão no topo da pirâmide econômica ainda não sentem os efeitos desta crise de forma contundente, os

que estão na base da pirâmide começam a receber os benefícios de iniciativas inclusivas. Por sua vez, os excedentes, os grupos sociais que não se encontram nas extremidades da pirâmide, sofrem o acirramento dos efeitos deste caos ecológico, que se desdobram sobre diversas dimensões da existência humana; em nível macro, nas atividades produtivas, e em nível micro, na rotina doméstica e até mesmo na economia familiar.

No momento em que o país aprova a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), instituída pela lei nº 12.305/2010⁵, trazendo em seu cerne uma proposta de mudança de paradigma no que tange à responsabilidade sobre o gerenciamento dos resíduos, como é o caso do combate aos lixões, essa temática ganha importância ao tangenciar, concomitantemente, o debate sobre a sustentabilidade, a exclusão social e o consumismo que une esses dois elementos.

2 METODOLOGIA GERAL DA DISSERTAÇÃO

A metodologia adotada na elaboração da dissertação foi dividida em três partes, sendo que os procedimentos da pesquisa de campo serão detalhados no item (6):

a) Levantamento bibliográfico relacionado ao referencial teórico proposto para a dissertação, visando identificar os conceitos que fundamentarão o estudo e questões relevantes para serem consideradas na pesquisa de campo, na pesquisa informacional, e na discussão dos dados;

b) Levantamento de dados documentais em sites e material de divulgação, disponibilizado nas redes eletrônicas, para realizar o mapeamento das conexões e fluxos informacionais da rede Pimp, caracterizando o objeto de estudo, verificando a disseminação da ideologia do projeto, bem como o alinhamento das visões de mundo entre os catadores e idealizadores;

c) Estudo de caso com atores envolvidos no Pimp my Carroça, visando identificar as formas de atuação, os objetivos, os atores envolvidos, e os meios como a sociedade civil é integrada ao projeto. Conforme exposto no início desse capítulo, no item (6) são detalhados os procedimentos adotados na pesquisa de campo que atendeu a esta etapa.

⁵ A PNRS que aguardou aprovação por quase vinte anos, ainda mantém aceso o debate sobre o tema diante do não cumprimento do prazo de quatro anos, por parte de diversos estados e municípios brasileiros, na adoção de projetos de gestão destes resíduos, entre eles, a construção de aterros em substituição aos lixões e programas de coleta seletiva. No fim de 2014, o pedido de extensão do prazo até 2018 para o cumprimento das medidas foi vetado pelo Governo Federal. Disponível em: <diariocatarinense.clicrbs.com.br>. Acesso em: 31 mar. 2015.

3 O CONTEXTO MULTIDIMENSIONAL DO PIMP MY CARROÇA

No atual paradigma produtivista, assim como nos anteriores, as riquezas das nações não se reverterem em benefícios sociais e econômicos para seus cidadãos na igual medida em que são produzidas. Até mesmo a noção – e a condição – de cidadão neste contexto é passível de análise, considerando que a exclusão social, uma das principais formas de manifestação deste paradigma, atinge um grupo majoritário. O crescimento dos países, que se revela de forma desordenada e desigual, arrasa desde recursos naturais até a própria sociedade, se manifestando sob forma de crise nas dimensões social e ecológica.

O Pimp my Carroça surge na interseção destas duas crises: a civilizatória e a ecológica, que avançam paralelamente, mas que também são contíguas, já que a mudança para um paradigma que considera a natureza parte dos recursos produtivos demanda uma mudança do próprio *modus vivendi* da sociedade contemporânea, capitaneado pelos governos de forma sistêmica, em nível mundial. Na sociedade do descarte à qual pertencemos, há carência de novos valores e instrumentos para assegurar que os recursos de toda ordem sejam distribuídos de forma mais equânime, constituindo-se na efetiva justiça social, e permitindo que reste a um grupo de indivíduos mais opções que apenas o lixo como meio de sobrevivência.

Em meio à crise “eco-civilizatória”, o Pimp my Carroça, ao buscar o reconhecimento da importância do papel dos carroceiros, acaba por participar de um paradoxo: o de ter na produção exacerbada de lixo que o projeto combate, a fonte de subsistência de seus beneficiários e o de sua própria essência enquanto “catadores de recicláveis”. Esta multiplicidade de contextos e paradigmas que se entrecruzam na ideologia do Pimp – e que são expressos nas seções deste capítulo - fez emergir, neste trabalho, a necessidade de se realizar o estudo de caso amparado sob duas perspectivas: a da crise civilizatória e a da crise ecológica, servindo ambas de alicerce para o estudo que as sucede, posto que já se terá compreendido sua amplitude e complexidade.

3.1 A CRISE CIVILIZATÓRIA

A crise civilizatória pode ser resumida como a incompatibilidade entre o *modus vivendi* da civilização capitalista moderna, e os limites biofísicos do planeta, modo este, que se configura em “um processo infinito de acumulação de mercadorias, acumulação de lucro e acumulação de capital” (LÖWY, 2012, p.148). A explosão demográfica caracterizada pelo

crescimento populacional em todo o mundo, somada à ampliação da expectativa de vida, levou ao aumento do consumo dos recursos naturais indispensáveis à subsistência humana. No entanto, para se explicar a crise ecológica, a estes fatores deve ser somado a outro: o consumismo, que fomenta toda a lógica produtivista e que é responsável pelos recursos não renováveis necessários à manutenção do atual paradigma.

O desconhecimento da sociedade sobre a real extensão e intensidade da crise ecológica em curso, somado à crença na capacidade de inovação científico-tecnológica para a solução de qualquer problema, adia ainda mais o envolvimento e a contribuição da sociedade para a reversão deste cenário, como alerta Dowbor (2009, p.114): “todos sabemos que vivemos um sistema insustentável a longo prazo, conhecemos a dimensão dos impasses, e apenas esperamos que apareçam tecnologias milagrosas que abram caminhos na última hora”.

A escassez dos recursos naturais, como a água potável, a destruição da biodiversidade e a emissão de gases de efeito estufa, responsáveis pelo aquecimento global, colocam em xeque o discurso produtivista/consumista e põem na centralidade das discussões atuais a busca de soluções para esta realidade, bem como a articulação das forças e atores que o compõem. A crise econômica e a crise ecológica podem ser entendidas como resultantes do mesmo fenômeno: um sistema que transforma tudo – a terra, a água, o ar que respiramos, os seres humanos – em mercadoria. (LÖWY, 2012, p.147). A crise ecológica, por repercutir em nível planetário, afeta a própria civilização ao gerar efeitos que afetam as dimensões social e econômica das nações.

3.2 A CRISE ECOLÓGICA E OS LIMITES AO CRESCIMENTO

Desde a Conferência do Rio em 1992, acumularam-se os relatórios das agências da ONU e os alertas da comunidade científica: o metabolismo da humanidade (destruição de ecossistemas/biodiversidade, consumo de matérias-primas renováveis e não renováveis, produção de lixo e poluição) alcançou tal dimensão que põe em risco sua própria existência, ao menos de forma compatível com nossa ideia de civilização. (LÉNA, 2012, p.23).

Os esforços da comunidade científica e das associações em defesa do meio ambiente vêm contribuindo para o aumento da real conscientização sobre a questão ecológica e a crise em curso, que hoje perpassa também as dimensões econômica e social. No entanto, isto não impediu a aceleração da degradação ambiental, principalmente a partir dos anos 2000, que viram aumentar exponencialmente as emissões de CO², a pegada ecológica (indicador dos

impactos negativos da atividade de produção ou consumo individual ou de uma organização sobre o planeta) e o PIB mundial – este, quintuplicado ainda nos anos sessenta (IBIDEM).

O impacto do sistema econômico sobre a biosfera se traduz na extração de recursos naturais para o desenvolvimento da atividade econômica e no retorno à natureza dos resíduos e poluentes originados do processo produtivo. Assim, produção e consumo se retroalimentam e revezam de tal forma em que o incremento de um leva ao aumento ainda maior do outro. Como os recursos naturais não são considerados fatores de produção, não são contabilizados na atividade produtiva, e, portanto, não estão suscetíveis às leis de oferta e demanda como acontece com outros agentes no mercado. Assim, sua escassez não leva ao aumento de seu preço ou ao consequente investimento na sua produção (neste caso, tratando-se de recursos naturais, na sua *preservação* ou *regeneração*).

A ameaça de esgotamento destes recursos leva muitas vezes ao efeito contrário, o da aceleração de sua exploração por parte dos produtores que os disputam ainda mais intensamente. Por sua vez, o avanço tecnológico permitiu que alguns recursos naturais utilizados como matéria-prima no processo produtivo fossem progressivamente substituídos, gerando a crença na plena capacidade de substituição de fatores de produção. Assim, uma vez substituídos, os recursos naturais estariam a salvo da exploração e esgotamento, o que na verdade, não aconteceu:

De fato a tecnologia gerou um grande número de materiais sintéticos que substituem os naturais, no caso da geração de energia também existe a possibilidade de substituição [...] Quando se trata de recurso da biodiversidade existem riscos; a extração de recursos naturais com finalidades econômicas levou, por exemplo, à extinção de espécies de árvore, que depois foram substituídas por outras espécies e, assim, sucessivamente. O mesmo já ocorreu com espécies de peixes e mamíferos (VEIGA; ISSBERNER, 2012, p. 116).

O pensamento social-ecológico tem sua origem ligada à mobilização civil, por meio de ONGs ecologistas e associações de defesa do meio ambiente, e surgiu como resposta aos primeiros alertas da comunidade científica sobre os trinta anos de crescimento desenfreado da produção. Este crescimento ocorreu a partir da Segunda Guerra Mundial, época em que a explosão demográfica e o baixo custo do petróleo construíram o cenário ideal de estímulo à produção e ao consumo desenfreado de bens. Este pensamento foi alcançando as esferas governamentais, a partir de 1987, além de pequenos grupos sem representatividade junto à sociedade por meio da integração de partidos verdes a governos socialdemocratas, sem conseguirem, contudo, influenciar decisivamente as políticas públicas. Alcançou o

reconhecimento internacional, e também, em contrapartida, “um grau mais elevado ainda de banalização através da difusão do oxímoro “desenvolvimento sustentável”, retomado por todas as agências internacionais, os governos e até as empresas (inclusive as mais predatórias)” (LÉNA, 2012, p.27).

A adoção do termo “desenvolvimento sustentável” e de estratégias de precificação da natureza, como o mercado de carbono, pelo poder público e iniciativa privada vêm se constituindo em mecanismos que consolidam a subsunção da crise ecológica pelo sistema produtivo, e que possibilitam manter o crescimento das nações em ritmo acelerado apesar dos danos irreversíveis ao planeta. A “economia verde” por sua vez, surge como a redenção daqueles que, para continuar crescendo, apostam em medidas compensatórias como a premiação dos que poluem menos ou o estímulo às inovações tecnológicas que permitam o uso de energias renováveis, por exemplo.

A economia verde, ou de baixo carbono, surge então, para alguns, como a redenção do cenário de crise. Entre seus argumentos estão a promoção do setor de serviços, aparentemente inofensivo, mas que tem no turismo, por exemplo, um dos principais agentes de incremento da pegada ecológica; e a produção imaterial, como as atividades realizadas através da *web*, que ainda assim necessitarão da produção de suporte físico (*hardware*) para a sua realização, consumindo recursos naturais e gerando resíduos oriundos de sua produção e descarte.

A crise se manifesta nas dimensões ecológica, econômica e social, e por isso se configura como um desafio pela dificuldade que impõe à percepção de sua extensão e gravidade, ao se manifestar em forma e amplitude diferentes em cada lugar. Em extensão, as soluções que visam à sustentabilidade têm de ser pensadas em escala global para serem efetivas, o que não quer dizer que a apropriação de seus benefícios ocorra em sua totalidade, sob uma perspectiva local. Também demanda a capacidade de articular soluções que funcionem de forma sistêmica, integrando interesses, atores, efeitos e expectativas, “para minimizar as disputas pela apropriação dos recursos da biodiversidade, bem como da capacidade de absorção de resíduos da atividade produtiva da biosfera, principalmente no que se refere à emissão de gases de efeito estufa (VEIGA; ISSBERNER, 2012, p. 129).

Por hora, os efeitos sociais dos processos de degradação dos ecossistemas se manifestam de maneira desigual e diferenciada no espaço mundial criando, assim, uma dificuldade política importante. [...] A capacidade de enfrentar as catástrofes (que quase sempre chamamos de “naturais”) e, sobretudo, as suas consequências imediatas e mais longínquas sobre as diferentes classes ou camadas sociais, se tornou um fator que se acrescenta às diferenciações sociais anteriores e as agrava consideravelmente (CHESNAIS, 2012, p.159).

Assim, enquanto a discussão sobre os reais efeitos do crescimento ilimitado sobre o planeta e sua solução é adiada, empresas promovem um “*greenwashing*”, ou “esverdeamento” – tática atual em que adotam iniciativas de responsabilidade social e cuidado ambiental em seu processo produtivo, sem que a amplitude destas ações contribua de forma efetiva para a reversão ou redução dos rastros de longos de anos de exploração ilimitada dos recursos naturais. A finalidade é autopromoção e a consequente geração de novos negócios, por meio da demonstração de seu engajamento em causas de relevância para a sociedade.

Indivíduos, por sua vez, passam a ser alvo de campanhas de conscientização promovidas por grandes empresas. A responsabilidade pela crise passa então a ser tratada na dimensão do indivíduo: o que cada um consome, como e quanto, e também como descarta, viram objeto de movimentos pró-ecológicos patrocinados por grandes empresas que apontam seus dedos em direção aos hábitos do cidadão comum e tiram de foco a questão central: a discussão, por parte de todos os atores envolvidos – poder público, iniciativa privada e sociedade civil – sobre a insustentabilidade da manutenção do atual paradigma. Assim, afirmam Princen et al., (2001 *apud* SPAARGAREN, 2006, p.4-5) “[...] a responsabilidade por um consumo vinculado aos problemas [ambientais] é ingenuamente atribuída aos indivíduos, dos quais se espera que resolvam grandes problemas através de pequenas mudanças em seus comportamentos de compra.”

Situando-se em outra posição, Latouche (2012, p.49) diz que a redução ou a estagnação do consumo dos recursos naturais implica em ir além da mudança de comportamento dos agentes produtivos, “equivale a repensar a dominação da economia sobre o resto da vida, na prática e na teoria, mas principalmente em nossas mentes”, (IBIDEM) e em promover a transformação de valores éticos e morais da sociedade em nível global. É neste tipo de transformação que se apóia a ideia do decrescimento:

Desde 2004, o termo (decrescimento) tem se tornado um verdadeiro slogan político de crítica ao desenvolvimento e à ideologia do crescimento. [...] O movimento pretende libertar o imaginário da esfera do econômico. É uma crítica radical, não só ecológica, mas principalmente cultural do estado de coisas atual. (CECHIN, 2012, p.365)

Esse “estado de coisas atual” que o decrescimento visa transformar representa, dentre outros pontos, a expansão da produção material em um mundo globalizado no qual se perdeu o controle sobre, desde as dinâmicas econômicas, até as atividades de exploração da natureza e o seu esgotamento; o equívoco da adoção das métricas monetárias, como o PIB, ao ignorar os serviços prestados pela natureza na produção de bens e serviços e não considerar o uso de

recursos naturais no cálculo do custo das atividades produtivas; os custos socioambientais advindos do alastramento da desigualdade na distribuição de riquezas e da incapacidade de subsistência de populações inteiras, processos decorrentes da lógica desenvolvimentista; e, no topo de tudo isto, da ausência de uma postura ética que ponha no centro das atenções a “obrigatoriedade moral de se deixar capital natural em quantidade e qualidade suficientes para as gerações futuras” (CECHIN, 2012, p. 358).

A crítica ao desenvolvimento sustentável está no fato de fazer crer que o crescimento de nações, empresas, e indivíduos através do estímulo à produção e consumo incessantes ainda poderá, de alguma forma, ser comportado pelo planeta. O cenário de colapso em que o mundo se encontra hoje não mais acomoda soluções paliativas. No horizonte, formulam especialistas, resta-nos o *decrecer*. O decrescimento envolve muito mais que a redução da atividade produtiva, mas a decisão de *onde* e *como* decrescer. O consumo de bens supérfluos, a obsolescência programada e a produção de bens descartáveis, que não possam ser consertados, pilares do crescimento no mundo industrializado, já deixaram seu legado ao planeta: uma degradação ambiental que culminou na extinção irreversível de espécies e agora ameaça a sobrevivência do homem.

O *decrecimento seletivo*, ou seja, a escolha *do que* deverá continuar crescendo, *onde* e *quanto*, objetiva assegurar o desenvolvimento de sociedades até o nível da obtenção de bem estar social e qualidade de vida. Aposta no crescimento das energias renováveis, em alguns serviços, como os transportes públicos, a economia social e solidária, as obras de humanização das megalópoles, as agriculturas e pecuárias familiares e biológicas (VEIGA; ISSBERNER, 2012, p. 130). Enquanto faz decrescer o consumismo e a produção de tudo que se opõe ao paradigma circunscrito neste novo modelo de vida proposto.

3.3 DESENVOLVIMENTO, EXCLUSÃO E INICIATIVAS INOVADORAS FACE À CRISE

O processo de esgotamento dos recursos naturais advindo do paradigma desenvolvimentista, além do alto custo imposto à natureza resulta, em extensão, na incapacidade de se assegurar bem estar e qualidade de vida a todos os indivíduos indiscriminadamente. Estudos demonstram que a desigualdade vem sendo mantida nos mesmos níveis há mais de meio século em diversos países, mas que se isolados os dados de Índia e China, por exemplo, onde se apresentam uma efetiva melhoria da qualidade de vida entre os mais pobres, fica evidente que há uma progressiva exclusão socioeconômica, que ocorre por meio do aumento da desigualdade de renda e o maior distanciamento entre ricos e pobres (DOWBOR, 2009).

O estudo de iniciativas inclusivas demanda a discussão do fenômeno da exclusão social para que se possa compreender em que medida certas iniciativas se revestem de caráter transformador da realidade segregaria. Compreender a dialética existente entre as noções de inclusão e de exclusão pode contribuir, ainda, para identificar a participação da variável econômica e da lógica desenvolvimentista no cenário contemporâneo. A análise da exclusão social há muito aparece vinculada ao conceito de pobreza e de privação. Amartya Sen (2000) avançou na análise das causas relacionais da privação e na sua vinculação à noção de exclusão social, chamando a atenção para o cuidado que se deve ter no uso do termo exclusão, facilmente empregável em situações ordinárias de privação, como é o caso da fome experimentada por aqueles que não têm fácil acesso a comida. Em sua visão, o termo exclusão deve ser empregado quando se deseja dar ênfase aos aspectos relacionais da privação, ou seja, aos processos que geram a “privação de capacidades”, como a fome oriunda da incapacidade de se conseguir emprego ou crédito: “é bem fácil ver a exclusão social como uma abordagem para [estudar] a pobreza, dentro da perspectiva geral em que a pobreza é estabelecida como uma falha de capacidade (SEN, 2000, p.5).

A noção de exclusão remonta às “estratégias de fechamento” cunhadas por Marx Weber ainda no início do século XX, aponta Luís Capucha (2010), ao traçar uma retrospectiva do termo. A ideia de “fechamento” faz alusão à restrição imposta pelos detentores do monopólio do acesso aos recursos econômicos e profissionais, segregando outros grupos sociais, e assim conservando sua condição privilegiada. A noção de exclusão viria a sofrer uma profunda alteração posteriormente, passando a ser associada à ideia de “estigma” inaugurada por Goffman (1982) e a ser entendida como um fenômeno

multidimensional, envolvendo quer dimensões materiais da existência, quer dimensões subjetivas; e relacional, em dois sentidos: chama a atenção para a importância das pertencas sociais e, ao mesmo tempo, para a relação entre as pessoas e as instituições, nas quais se inscrevem os recursos e as regras que conferem o acesso aos direitos. (CAPUCHA, 2010, p.26).

Assim, a multidimensionalidade dos estudos que tratam das restrições sofridas pelo indivíduo socialmente segregado foi sendo consolidada. A relação de causalidade entre exclusão social e pobreza foi sendo distanciada à medida que a exclusão começou a ser relacionada a uma diversidade de variáveis emergidas a partir dos estudos feministas e étnicos do fim da década de 1970 (IBIDEM). Não apenas os efeitos e possíveis soluções para a exclusão social, mas as dimensões econômica, política e social a que estão submetidos os indivíduos excluídos, passaram a ser estudados simultaneamente, reforçando a relação entre exclusão social e desigualdade. Contrapôs-se ainda à abordagem meramente econômica, o trabalho “Equality of What?”, de Sen (1979), que introduz uma perspectiva humanística, incomum em estudos econômicos sobre exclusão e desigualdade. Assim, o trabalho de Sen se reveste de relevância por [...] trazer para o campo da Economia questões que são mais comumente debatidas no campo da Filosofia e nas outras Ciências Sociais [...] que, em certa medida, fez “suavizar” (ou talvez humanizar) a aridez que por vezes caracteriza esta disciplina [...] (OLIVEIRA, 2007, p.2)

Numa perspectiva teórica merece igual destaque a crítica de Ronald Dworkin (1981) a Sen, ao dissertar sobre a “responsabilidade” que cada indivíduo exerce sobre seu lugar na sociedade em decidir o grau de esforço que empregará para se adquirir certas condições – dedicação aos estudos, por exemplo - que promoveriam sua maior inserção social e a ascensão do nível de bem estar.

A réplica de Gerald A. Cohen (1989) refuta a análise de Dworkin e dá sustentação ao pensamento de Sen (1979), ao argumentar que “as preferências de uma pessoa são em parte endogenamente determinadas pelo seu ambiente, e por isso ela não pode ser consistentemente considerada responsável por todos os aspectos de suas escolhas” (ROEMER, 2012, p.166).

Apesar da pluralidade relacional alcançada pelos estudos sobre o tema da exclusão, o paradigma do crescimento econômico ganhou força nas últimas duas décadas do século XX, o que reforçou a visão do desenvolvimento das nações como a solução natural para a redução das desigualdades provenientes da má distribuição de renda e da ascensão social, e incentivou a proliferação dos estudos sobre a desigualdade social a partir de uma perspectiva econômica:

“A existência de profunda desigualdade nos países em desenvolvimento, lado a lado com a pobreza, chamou a atenção ainda no início de 1970. Ao longo de 1980 e 1990, a visão *mainstream* no âmbito do desenvolvimento econômico era que a desigualdade em alto grau ou crescente nos países pobres era uma questão de menor importância que assegurar crescimento suficiente, chave para a redução da pobreza. A mensagem das políticas de desenvolvimento mundial era clara: não se pode, ao mesmo tempo, reduzir a pobreza e a desigualdade enquanto [o país] se mantiver pobre. Então, se deseja dar máxima prioridade à redução da pobreza, enfoque o crescimento” (RAVALLION, 2014, p.851).

Neste cenário começam a proliferar então os estudos dedicados a analisar e a definir condições e indicadores que permitam identificar, explicar e medir a desigualdade econômica como a raiz da exclusão social (ROEMER, 2012; ATKINSON; BRANDOLINI, 2010; BRANDOLINI; SMEEDING, 2006; BOWLES; GINTIS, 2002; ATKINSON; MARLIER, 2002) e seus fatores relacionais, entre os quais surgem como alvo de análise recorrente: a mobilidade social dos indivíduos, o impacto das instituições sobre sua identidade, a desigualdade de geração de renda, a empregabilidade e participação do indivíduo na força de trabalho.

Cientistas políticos, sociólogos e economistas usam estes bancos de dados [de pesquisas comparativas sobre o nível de desigualdade nos países e entre nações] para realizar asserções sobre mudanças de desigualdade e suas inter-relações com a vida econômica e política, os padrões de redistribuição, instituições sociais, e mais genericamente, sobre o bem estar da sociedade e do indivíduo. (BRANDOLINI; SMEEDING, 2006, p.21)

A ampliação dos estudos sobre a desigualdade foi acompanhada da expansão da noção de desenvolvimento, axioma da economia capitalista. Antes circunscrito ao âmbito econômico, ao ser gradativamente estendido para outras dimensões e atividades da vida humana, o conceito de desenvolvimento sofreu derivações como os termos “desenvolvimento humano” e “desenvolvimento sustentável” (PINHEIRO, 2012). Os estudos dedicados à reversão da exclusão social neste paradigma surgem então imbuídos da lógica do crescimento econômico, em que a geração de renda e a capacitação para o consumo surgem como o principal objetivo de iniciativas inclusivas.

Capacitar o indivíduo para obter maior renda se reveste de importância na medida em que o permite “fazer coisas que valoriza e atingir determinado estado que fazem sentido para ela” (SEN, 1997, p.385), por esta razão as escolhas e motivações interpessoais devem ser levadas em conta nas sociedades que respeitam o “bem estar e a liberdade individuais”

(IBIDEM) que contribuam para ganhos individuais como a obtenção da “genuína oportunidade de receber educação, a habilidade de deslocar-se ou de contar com uma rede de relações sociais” (TERAJI, 2011, p.218). Uma abordagem holística, sistêmica (*c.f.* COHEN; LEVINTHAL, 1990; EDQUIST, 1997; FREEMAN, 1987; LUNDVALL, 1995) contribuiria para superar o desafio de oferecer uma solução sistêmica que integre interesses, recursos e necessidades do vários atores envolvidos viabilizando sua efetiva implementação:

A inclusão social requer e leva a novas relações sociais. Isto traz as “instituições” para dentro da agenda. A interação social depende fundamentalmente das instituições. De fato, o termo instituição é uma noção teórica básica em ciências sociais principalmente porque se refere às normas, leis, rotinas, práticas, etc., que governam relações sociais e interações. (ANDERSEN; JOHNSON, 2012, p. 22)⁶

Neste cenário, a inovação inclusiva ganha centralidade na agenda política contemporânea a partir do “reconhecimento de que a inovação é o motor propulsor do crescimento e que o avanço tecnológico experimentado nas últimas décadas não foi acompanhado de melhorias para os mais pobres” (CHATAWAY; HANLIN; KAPLINSKY, 2013).

Tendo como pano de fundo a crise do modelo vigente de crescimento, hoje a agenda da inovação sob a economia neoliberal se constitui em um mosaico, ao reunir prescrições políticas particulares que atendam a produtos, constituições e atores específicos como, por exemplo, energia renovável, mulheres segregadas, corporações transnacionais ou organizações da sociedade civil,

[...] faltando uma visão sistêmica sobre o caráter multifacetado da inovação inclusiva. Sem esta visão sintética torna-se difícil alcançar novas trajetórias de inovação inclusiva, direcionar recursos escassos de modo eficiente, maximizar sinergias emergentes das ações de diferentes atores e determinar uma ampla gama de inovadores potenciais. (COZZENS, 2013, p.3)⁷

Johnson e Andersen (2012, p.22) fazem a distinção entre a inclusão passiva – que se ocupa da “redução da desigualdade de renda e de retirar indivíduos de sua condição de pobreza através do aumento de sua renda” – e inclusão ativa – que objetiva assegurar a

6 NT: texto em inglês disponível em: <http://www.globelics.org/wpcontent/uploads/2012/11/GLOBELICS2012_1_Indhold_TRYK-copy.pdf>. Acesso em 16 jun.2014.

7 NT: versão original disponível em: <<http://econpapers.repec.org/scripts/redir.pf?u=http%3A%F%2Fhdl.handle.net%2F10.1080%2F2157930X.2013.876803;h=repec:taf:riadxx:v:4:y:2014:i:1:p:5-31>>. Acesso em 16 jun. 2014.

visibilidade aos excluídos para que se tornem agentes dos processos de desenvolvimento e inovação ao dar-lhes “direitos, voz, capacidades e incentivos”.

O deslocamento das políticas de inovações das áreas “*high tech*” para as “*low tech*” (em geral, sociais) vem sendo uma tendência observada em vários países, inclusive no Brasil, com iniciativas adotadas pelo Banco do Brasil (bb.com.br) e FINEP (<http://www.finep.gov.br>). Heeks et al (2012, p.2) explicam ainda que há dois tipos de inovação: a “inovação de raiz” (*grassroot innovation*), que tem como foco as mudanças que são feitas *pelos próprios* indivíduos marginalizados ou *para eles*. E “a inovação para grupos marginalizados, mas não realizada *por* eles ou *com* eles, que aparece na literatura sob os termos “inovação inclusiva”, “base da pirâmide” (*base of the pyramid* - BoP), inovação “abaixo do radar”. De um modo geral, estas últimas designam as iniciativas com foco na capacitação de grupos sociais para a incorporação pelo sistema produtivo e o aumento de sua capacidade de consumo.

No contexto do combate à crise ecológica encontram-se um conjunto de incentivos institucionais e corporativos para fomentar as iniciativas de inclusão do tipo *passiva* voltada para a *base da pirâmide*. Isto significa dizer que na agenda da responsabilidade social e ambiental das corporações transnacionais encontram-se majoritariamente projetos de desenvolvimento sustentável, muitas vezes apoiados em incentivos governamentais. Destinados a alçar grupos sociais excluídos a um patamar de renda, estes projetos legitimam indivíduos excluídos como *cidadãos* por meio de seu ingresso no conjunto de consumidores da sociedade, enquanto operam sob a lógica do *esverdeamento*, já que não geram uma contribuição significativa para a reversão da crise ecológica em progresso. Isto demandaria uma revisão do paradigma desenvolvimentista instituído e esforços dos atores que têm influência ao nível do macroambiente.

O caráter das iniciativas inclusivas e sua relação com o paradigma do crescimento econômico na economia neoliberal são observáveis em organismos internacionais que desempenham o papel de articuladores entre sociedade civil, iniciativa privada e governos, além de desempenharem a função de norteadores das políticas de inclusão ao lançarem programas e disponibilizarem recursos financeiros destinados a fomentar as iniciativas alinhadas com os interesses e as prioridades dos próprios organismos e *stakeholders*. O sítio do Banco Mundial é ilustrativo neste sentido, pois apresenta os programas alinhados a objetivos/temas que estão na agenda política e socioeconômica mundial. Na página de um de seus programas, o “*Development Marketplace*” o enfoque do Banco transparece:

O *Development Marketplace* (DM) [...] identifica e financia projetos inovadores em estágio inicial, que possam ser colocados em escala e/ou replicados, ao mesmo tempo em que tenham alto potencial para impactar o desenvolvimento. Os grandes beneficiários são *empreendedores sociais* com projetos que visem *criar empregos e/ou destinar serviços públicos a grupos de baixa renda*. [...] (WORLD BANK WEBSITE, 2014).

A página principal do *Development Marketplace* (IBIDEM) também descreve os quatro componentes-chave de um “projeto vencedor”, em que se destacam a características de dois destes. O componente “sustentabilidade”, deve “*prover comunidades de baixa renda o maior acesso a bens e serviços, e/ou oportunidades de geração de renda*”; o componente “potencial de crescimento”, por sua vez, deve ter como característica “*demonstrar potencial de replicação ou de escala e ser de potencial interesse para investidores sociais e/ou investidores de risco e instituições financeiras*.”

Neste sentido, a OCDE em relatório sobre o “Simpósio de Inovação e Crescimento Inclusivo” diz que no processo de democratização da inovação, são necessárias políticas que “reforcem as habilidades básicas necessárias à inovação, e encorajem inovações inclusivas” que descrevem como “*bens e serviços inovadores que aumentem o bem estar dos grupos de baixa renda*” (OCDE, 2014, p.2).

3.4 CULTURA DESCARTÁVEL, CONSUMO E CIDADANIA

Compreender a relação entre o consumo e a cidadania dentro do paradigma desenvolvimentista é um trajeto que pode ser realizado a partir de diversos caminhos. O caminho proposto aqui é o da compreensão da função das marcas numa “sociedade de consumo” e “sob uma cultura descartável”, em que o marketing surge como mecanismo do “processo de colonização do imaginário do consumidor” (FONTENELLE, 2013, p.303). Neste contexto, “a marca cria uma totalidade ilusória [...], um refúgio numa cultura que se tornou descartável” (IBIDEM). A validação da cidadania por meio do consumo incessante das marcas, por sua vez, faz parte do fenômeno da transformação das pessoas em mercadoria (BAUMAN, 2010) e a compreensão desse processo revela uma imbricada rede de interações entre cidadãos e consumidores, desenvolvida junto com o progresso e a consolidação do capitalismo: “o problema é que, ao consumir essas imagens produzidas pelo capitalismo contemporâneo, nós

alimentamos o ciclo que corrói justamente o que mais procuramos, que é o sentido de permanência perdido com a descartabilidade da cultura” (FONTENELLE, 2013, p.303).

O marketing surge como um mecanismo da sociedade de consumo que centraliza nas marcas as suas decisões sobre *o que consumir, o quanto e como*, e que constitui em evidência da sistematização deste processo enquanto revela o *modus operandi* de um sistema que qualifica cidadãos a partir de suas práticas de consumo.

Na contemporaneidade do processo produtivo, em que a transformação da mercadoria está intrinsecamente atrelada ao seu valor simbólico, o ciclo do capital descrito por Marx (2013) ganha novo suporte, o informacional. Peter Drucker (1993) aponta o conhecimento como fator decisivo da produção, por ser um facilitador para a obtenção dos demais fatores e meio para criar novos produtos e serviços. Na economia capitalista industrial, sob a análise da produção de valor realizada por Marx ainda no século XIX, há dois recursos importantes que participam do processo de produção de mercadorias – a própria mercadoria, sob a forma de matéria prima utilizada na produção de bens, e os recursos humanos, ou trabalho humano. Estes, juntos, transformam a mercadoria original adicionando-lhe valor, antes de lhe devolver ao mercado para consumo. Aqui, a teoria do valor em Marx aparece vinculada ao trabalho do homem, o que é compreensível no contexto socioeconômico em que se dá a sua análise: a fábrica é o local em que ocorre a transformação da matéria, em que se adiciona valor à mercadoria, ou em sua correspondência no jargão do marketing, é o local em que se *agrega valor ao produto*. No entanto,

ao incorporar milhões de homens e mulheres a um novo regime de produção, elevar seus salários, universalizar sua educação básica e aumentar seu tempo livre, o “fordismo” também criou novas condições de vida material e simbólica para a massa trabalhadora que, fora das fábricas e dos escritórios, se tornou consumidora dos produtos da crescente indústria cultural. (DANTAS, [s.d.], p.6)

O valor da mercadoria, ou produto, que antes era incrementado na fábrica hoje é deslocado para as marcas, pondo em crescente evidência o marketing e seu papel instrumental na criação de valor através das mercadorias ressignificadas. Portilho (2010, p.74) estende sua análise, indo além da dimensão da mercadoria e seu significado, ao ressaltar que esta transmutação da mercadoria é também vivenciada ao nível do indivíduo, que vê seu “corpo-ferramenta”, aquele que é moldado nas linhas de montagem, ser transformado em “corpo-consumidor” [...] “cuja missão é comprar e digerir toda a produção de bens e serviços”.

A capacidade de consumo necessária a se manter sempre atualizado com a última inovação tecnológica, ou a moda do momento, sustenta a lógica do *consumismo*, enquanto seduz e impulsiona os produtores/consumidores a produzirem ainda mais, aumentar sua renda, para então realizarem seus novos *sonhos de consumo*. Esta expressão recorrente e globalizada revela bastante sobre o papel central do consumo na cultura contemporânea, expressa pela “tendência patológica do crescimento exponencial da produção de bens e serviços” (BAUMAN, 2008, p.54).

Para atender a todas essas novas necessidades, impulsos, compulsões e vícios, assim como oferecer novos mecanismos de motivação, orientação e monitoramento da conduta humana, a economia consumista tem de se basear no *excesso* e no *desperdício*.[...] Para manter em curso a economia consumista, o ritmo de aumento do já enorme volume de novidades tende a ultrapassar qualquer meta estabelecida de acordo com a demanda já registrada (IBIDEM, p.53).

Assim, a marca, dá significado ao que se vive, é um guia para a *performance* porque é legitimada socialmente [...]” (FONTENELLE, 2013, p.302), pois traduz *status* econômico, e reforça sentimentos de pertencimento e reconhecimento sociais. Desta forma, a ilusão criada pela cultura consumista avança ininterruptamente, enquanto em seu caminho deixa um rastro de segregação social originado na lógica consumista, que não reconhece como cidadão aquele que não desempenha adequadamente seu papel de consumidor, força motriz do desenvolvimentismo:

[...] as visões de consumo e de cidadania poderiam mudar se as estudássemos conjuntamente, com instrumentos da economia e da sociologia política, mas tomando-as também como processos culturais. [...] Ser cidadão não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento [...] (CANCLINI, 1997, p. 21-22).

A propaganda, por sua vez, uma das atividades essenciais do marketing por participar do processo de comunicação de valor dos produtos ao mercado, se constitui em um elemento invisível do ciclo produtivo, atuando tal qual uma metalinguagem ao apresentar para a sociedade a subjetividade imanada dela própria, após coletada e processada por ferramentas mercadológicas. A pertinência semântica das atividades mercadológicas que sustentam o processo de construção simbólica surge em um estágio ainda preliminar, muito antes de a linha de produção propriamente ter início, quando a marca do produto e o *design* da

embalagem são concebidos com a preocupação de ajustar a linguagem ao público-alvo. O produto é sempre apresentado ao mercado-alvo como aquele que reúne os atributos necessários para proporcionar ao consumidor uma vantagem que o coloca em patamar superior a seus concorrentes. Esta proposição de valor é na realidade muito mais conceitual que física, ainda que possa – e deva– se apoiar em propriedades concretas do produto.

No entanto, a profusão de marcas e símbolos exacerbadamente consumidos na civilização contemporânea, gera o efeito rebote que, em lugar de preencher um vazio, fruto de uma necessidade efetiva por um produto ou serviço adquirido para atender determinado fim, abre o caminho para um novo ato de consumo, motivado pela lacuna deixada pelo objeto anterior, agora já obsoleto ou sem valor:

A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito; mais importante ainda, enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam experimentos consumistas tenham sido plenamente realizados. (BAUMAN, 2008, p.63)

O progresso técnico que impulsiona o sistema capitalista promoveu melhorias na distribuição de renda e de consumo, gerando um suposto equilíbrio entre classes sociais as quais teriam supostamente ascendido em condições de bem estar. No entanto, apoiado na acumulação contínua e indiscriminada, este sistema levou a uma polarização do planeta “baseada na escassez e no excesso, na desnutrição e na obesidade” (DOWBOR, 2009, p. 114), em que a prosperidade artificial e o consumo predatório que a concentração de renda e de riqueza familiar permite no pólo rico do planeta gera uma pressão mundial por consumo e estilo de vida semelhantes [...]. O modelo de consumo é dos ricos” (IBIDEM).

O comportamento de compra disseminado em níveis globais poderia contribuir para o aumento do bem estar de toda a população mundial a partir do acúmulo de bens e serviços capazes de propiciar-lhe conforto e poupar-lhe tempo e esforço físico, mas não foi o que aconteceu. Igualmente, o avanço tecnológico, poderia contribuir para minimizar ou evitar os danos ecológicos oriundos do desenvolvimento econômico. No entanto, o acesso incessante aos bens, granjeado pela almejada distribuição de renda e como consequência natural do avanço técnico está ao alcance apenas dos mais ricos, seja ao nível dos indivíduos ou das nações, como já ilustrava Canclini em sua análise realizada há quase duas décadas e que fez o

autor validar o consumo como estratégia de sustentação da identidade do cidadão, o que pode contribuir para reforçar a lógica da sociedade de consumo:

Enquanto na Europa se fala de um *renascimento das cidades pelo seu* “avançado desenvolvimento” de infraestrutura e serviços de excelência, ajustados às inovações internacionais, as cidades latino-americanas são cada vez mais sedes de catástrofes. A poluição, que durante quase todo ano fica acima do nível tolerável, as inundações e os desabamentos, a expansão da pobreza extrema e a deterioração geral da qualidade de vida, a violência sistemática e incontrolável, são as características com que Santiago do Chile e México, Bogotá e Caracas, Buenos Aires, Lima e São Paulo, se “preparam” para o século 21 (CANCLINI, 1997, p.94-95).

3.5 PRODUÇÃO COLABORATIVA

Sob a perspectiva da produção colaborativa ou coletiva, Clay Shirky (2011) propôs a noção de “excedente cognitivo” para identificar o tempo livre dos cidadãos escolarizados em todo o mundo. A Wikipédia, clássico exemplo referenciado em estudos sobre a colaboração em redes e mídias, é retomado pelo autor como um dos exemplos do emprego do excedente cognitivo na produção coletiva de conteúdo, noção que ele justifica como um desejo inerente ao ser humano de compartilhar experiências e se integrar socialmente, característica que seria incompatível com a mídia televisiva. Segundo ele, uma atividade basicamente passiva, que é assistir TV vem sendo substituída pela participação ativa na Internet, espaço que se configura

como meio de muitos para muitos, [pois] é horizontal, um espaço de participação, um espaço de conexão. [...] Estamos a passar de uma identidade passiva dependente de terceiros para uma identidade ativa construindo processos que dependem apenas de projetos individuais? O que parece claro é que as identidades se constituem num sistema de relações sociais e requerem reconhecimento recíproco (TUBELLA, 2005, p.287).

Shirky (2011) inicia sua argumentação dedicando-se a demonstrar a transferência do emprego do tempo livre dedicado à atividade de assistir TV na sociedade americana, que apresenta como um hábito massivo da sociedade pós-industrial, para o tempo empregado em atividades realizadas através da Internet. A usurpação do tempo livre dedicado a outras atividades intelectuais e sociais é fundamentada, pelo autor, em estudos científicos da área de psicologia, economia e comunicação. Reconstrói o percurso histórico desta sociedade entre o fim da Segunda Guerra Mundial e o advento da Internet, para demonstrar que o fim da guerra propiciou o aumento do tempo livre dos indivíduos acompanhado da elevação do nível de

instrução e do inchaço populacional, o que teria contribuído para a ascensão da TV como principal fonte de entretenimento.

Ainda que careça de maior sustentação científica - por ausência da apresentação de algumas fontes de dados em seus estudos - a ideia de excedente cognitivo proposta por Shirky é coerente e pode contribuir para a compreensão, ainda que parcial, da emergência do *crowdfunding*. Assim, interessa-nos nesta discussão, o enfoque do *crowdfunding* como ilustrativo da mobilização da sociedade civil que direciona seu excedente cognitivo, e se organiza por meio de ferramentas tecnológicas que permitem sua participação ativa e imediata na construção e no apoio a soluções fomentadas coletivamente.

O *crowdfunding* permite que um grande número de pessoas possa, por meio de iniciativas individuais, através da Internet, financiar projetos com diversos fins, mesmo por meio de um baixo investimento financeiro. Neste aspecto, o *crowdfunding* remete ao conceito de “capital social” que se traduz como “confiança, normas e cadeias de relações sociais – é o fato de que ele normalmente constitui um bem público, ao contrário do capital convencional, que é um bem privado” (PUTNAM, 2006, p.180). O capital social da rede de relacionamentos pessoais dos participantes contribui para a confiabilidade e disseminação do projeto, permitindo aos participantes do *crowdfunding* agir mais eficientemente em direção à obtenção de objetivos comuns.

As iniciativas em *crowdfunding* são articuladas em plataformas *online* dedicadas a incubar e promover os projetos que buscam patrocinadores coletivamente. No Brasil, o *crowdfunding* é mencionado no site do Ministério da Cultura (MinC), como um tipo de “economia criativa” e conta com uma Secretaria, a da Economia Criativa (SEC). No Observatório de Economia Criativa (OBEC), o MinC disponibiliza um plano com políticas, diretrizes e ações para 2011 a 2014 em que diz fomentar o “desenvolvimento fundado na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade cultural brasileira” (SEC, 2011, p.9), com foco em várias formas de expressão do campo cultural.

Apesar do interesse crescente do uso do *crowdfunding* pelo setor privado, ainda não há levantamentos oficiais sobre o desempenho desta modalidade de financiamento no Brasil, seja no escopo da economia criativa ou sob a perspectiva de seus realizadores. Os resultados de busca orgânica – sem patrocínio publicitário – no site de busca *Google.com* trazem como primeiros resultados (busca com a combinação de palavras-chave *crowdfunding*, Brasil, social, realizada em 31 jul. 2014) as plataformas de *crowdfunding* aparentemente mais populares: o Benfeitoria.com e o Catarse. O Benfeitoria incuba projetos gratuitamente, sem

qualquer retorno financeiro. Já o Catarse.me recebe um percentual como retorno financeiro sobre os projetos aprovados.

Em ambas as plataformas, projetos voltados para a cultura, artes e o bem estar social (meio ambiente, projetos sociais, mobilidade e cidadania), desvinculados da iniciativa privada (microempreendedores e afins) surgem em maior número. As categorias de projetos do Benfeitoria são: cidade, ciência e tecnologia, cultura e artes, educação, empreendedorismo, esporte e lazer, inclusão social, inovação, saúde e bem estar, e sustentabilidade. Dentre estas categorias aparecem em destaque por número de projetos cadastrados: cultura e arte (50,9%), educação (21,5%), e inclusão social (11,9%). Em oposição, com o menor número de projetos participantes, estão as categorias ciência e tecnologia (0%), inovação (1%), e esporte e lazer (2%).

Em sua apresentação, o Benfeitoria informa a participação de 2 bilhões de pessoas disseminados em todo o mundo, através de sua rede, formada por financiadores (os benfeitores) e idealizadores (autores) de projetos. O Catarse, por sua vez, divulga a marca de 10 milhões de integrantes em sua rede, alcançada em setembro de 2013, e apresenta levantamento realizado em parceria com a empresa de pesquisa Chorus entre agosto e setembro de 2013. Nesta pesquisa são escalonados em grau de importância de 1 a 100, os fatores que influenciam na hora de se financiar um projeto. O levantamento realizado com 3336 respondentes da população de assinantes e seguidores do Catarse.me em rede sociais (tamanho da população e o universo não são informados), trouxe como principais motivações “a identificação com a causa” (88%) e “confiar no potencial do idealizador” (71%). A “qualidade de apresentação do projeto” (70%) tem também grande importância, possivelmente por contribuir para a percepção do potencial do idealizador. Estes resultados vêm seguidos da “indicação de amigos” (48%), “conhecer pessoalmente o realizador” (42%), “recompensas” (41%) e “conhecer outros apoiadores” (35%). A distribuição destas respostas permite perceber como o capital social participa no processo de adesão ao projeto.

As soluções financiadas através de plataformas de *crowdfunding* em todo o mundo traduzem a mobilização civil e remete à noção de *excedente cognitivo* teorizada por Shirky (2011). A exemplo das plataformas Catarse.me e Benfeitoria, muitas soluções estão ligadas a área cultural, mas também ao bem estar comum, visando promover a reversão do cenário de desigualdade social e econômica sofrida por comunidades ou grupos de indivíduos em situação de exclusão.

A inovação através da colaboração em massa foi discutida também por Tapscott e Williams (2007), que se dedicaram a uma análise das redes sociais eletrônicas como

potenciais geradoras de novos negócios. Dentre os estudos de caso e análises apresentadas pelos autores, por exemplo, está a co-inovação entre empresa e clientes, propiciada pelas tecnologias de rede. Apontado pelos autores como um fenômeno em curso fomentado pelos *prosumers* (termo que designa um produtor que é ao mesmo tempo consumidor), a quem algumas empresas vêm estimulando a colaborar com seu processo criativo, propondo modificações em produtos existentes ou projetando novos produtos em cooperação mútua. Neste sentido, é ilustrativo o desenvolvimento de um “carro conceito” da montadora Fiat, o projeto Fiat Mio, que teve seu protótipo final exposto em 2010, no Salão do Automóvel em São Paulo. Os consumidores colaborativos se reúnem em comunidades fomentadas ou incorporadas pelos próprios fabricantes, como forma de promover a inovação de seus processos e produtos, em consonância com o “mercado consumidor”, sem que as corporações precisem remunerar alguém por isso.

4 A DINÂMICA E OS FLUXOS INFORMACIONAIS NAS REDES COLABORATIVAS

A emergência das mídias digitais e as atividades colaborativas nas redes sociais vêm sendo alvo de estudos sob diversas abordagens, como são os estudos de redes sociotécnicas, da arquitetura e característica dos fluxos informacionais, das motivações antropológicas e do papel e características das mídias digitais enquanto meios de comunicação, entre outras (BAIR, 1989; CASTELLS, 1999; ANTOUN, 2006; WEISSBERG, 2006; RECUERO, 2009).

A transferência da informação se constitui em um processo que pressupõe dois elementos, o emissor e o receptor, e que é mediado por um sistema formado por canais e linguagens. O fluxo informacional, que em sua concepção de origem é compreendido como um processo unidirecional, vem sofrendo modificações junto com o desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação (TICs), principalmente a partir do advento da web: “pelo conjunto de definições e conceitos estudados, a partir de 1980, a tecnologia é definitivamente incorporada e associada à ciência da informação, o que é coerente com as suas origens” (PINHEIRO; LOUREIRO, 1995, p.2).

Na contemporaneidade, estas transformações têm como marco a década de 40, quando o pesquisador Vannevar Bush (1945) concebeu o MEMEX, uma máquina de recuperação de informação, imaginária, com função semelhante ao acesso digital realizado por computadores hoje. Uma década e meia depois, Ted Nelson conceberia o Docuverse, “uma biblioteca

eletrônica global de documentos interconectados, uma meta para reunir todos os documentos do mundo” Barreto (2003), inaugurando assim, a multidirecionalidade da informação. É preciso ressaltar, no entanto, que a recuperação da informação e a interligação de documentos, já era uma preocupação expressa por Paul Otlet, em seu “Tratado de documentação”, de 1934⁸, marco teórico da Ciência da Informação, mas que a ideia remonta à literatura antiga (IBIDEM).

O estudo de fluxos informacionais é objeto de estudo da Ciência da Informação e tema de interesse de diversas áreas da atividade humana. O mapeamento dos fluxos de um mesmo sistema ou unidade permite, por exemplo, a identificação de ruídos, tais como hiatos, redundâncias e problemas nos canais de comunicação utilizados, que possam gerar distorção no sentido da mensagem. Um exemplo disto é a análise de fluxos de informação na atividade profissional, as quais vêm sendo realizadas com vistas ao aperfeiçoamento do desempenho institucional, por ser compreendida como um importante meio de minimizar o desperdício de recursos de toda ordem: de tempo, humano e financeiros, seja em nível operacional ou gerencial. Termos como *leanthinking*, ou “mentalidade enxuta” e “FEI”, um acrônimo para Fluxo Enxuto de Informação (GREEF; FREITAS, 2012; WOMACK, J. P.; JONES, D. T., 2003; PICCHI, F., 2001), surgem como decorrência destes estudos, sob a ótica da Ciência da Informação e da tentativa de se “gerir o conhecimento” na atividade profissional. Assim, o novo modo de lidar com a informação fez com que o receptor passasse a participar ativamente do processo de geração de conhecimento, como alertou Barreto ainda no final do século XX (1998, p.122):

A estrutura da relação entre o fluxo de informação e o público a quem o conhecimento é dirigido vem se modificando, com o tempo, como uma função das diferentes técnicas que operam na transferência da informação, do gerador ao receptor. O fluxo em si, uma sucessão de eventos, de um processo de mediação, entre a geração da informação por uma fonte emissora e a aceitação da informação pela entidade receptora, realiza uma das bases conceituais que se acredita ser o cerne da ciência da informação: a geração de conhecimento no indivíduo e no seu espaço de convivência. (BARRETO, 1998, p.122.)

A evolução da relação entre o fluxo de informação e o seu destinatário, a partir do advento de suportes comunicacionais multiorientados *web based*, alterou a concepção teórica

⁸ Uma retrospectiva sintética do processo evolutivo do acesso à informação na sociedade contemporânea está disponível em <<https://aldobarreto.wordpress.com>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

tradicional do emissor-receptor, considerando que ambos os papéis ocorrem concomitantemente no contexto contemporâneo das redes sociais.

Os seres humanos pensam através das “instituições, das línguas, dos sistemas de signos, das técnicas de comunicação, de representação e de registro”, os quais “informam profundamente nossas atividades cognitivas: toda uma sociedade cosmopolita pensa dentro de nós.” (LÉVY, 1996, p.95). Esta visão é corroborada por Castells (2010, p.5) ao refutar a ideia de um determinismo tecnológico, pois entende que “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser compreendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”.

A rede é a estrutura formal [...]. É um sistema de nós interligados. E os nós são, em linguagem formal, os pontos onde a curva se intersecta a si própria. As redes são estruturas abertas que evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objetivos de *performance* para a rede. Estes programas são decididos socialmente fora da rede, mas a partir do momento em que são inscritos na lógica da rede, a rede vai seguir eficientemente essas instruções, acrescentando, apagando e reconfigurando, até que um novo programa substitua ou modifique os códigos que comandam esse sistema operativo. O que a sociedade em rede é atualmente não pode ser decidido fora da observação empírica da organização social e das práticas que dão corpo à lógica da rede (CASTELLS; CARDOSO, 2005, p.19).

Sendo assim, as redes são a expressão de uma organização social que se circunscreve em uma lógica estruturante, sendo seu estudo uma relevante fonte de dados para se ganhar compreensão sobre a relação entre os atores e de como ideias e valores são disseminados, reforçados e modificados.

5 O ESTUDO DO PIMP MY CARROÇA

O projeto Pimp my Carroça busca chamar a atenção da sociedade para a atividade dos carroceiros que trabalham como catadores de recicláveis nas cidades brasileiras. Os resíduos sólidos urbanos (RSU) hoje são um dos maiores desafios de governos em todo mundo. No Brasil, segundo pesquisa da ABRELPE e IBGE (<http://www.abrelpe.org.br>), em 2013 “a geração total de RSU no Brasil em 2013 foi de 76.387.200 toneladas, o que representa um aumento de 4,1%, índice que é superior à taxa de crescimento populacional no país no período, que foi de 3,7%”. Para os idealizadores do Pimp, o objetivo do projeto é que a população (socialmente incluída) reconheça a atuação dos catadores como agentes ambientais,

valorizando sua contribuição para a minimização dos efeitos da produção e do acúmulo de lixo sobre as grandes cidades, atores-chave deste processo, como retrata o relatório do IPEA:

Já na chamada “base da pirâmide”, encontram-se milhares de catadoras e catadores que trabalham diretamente na coleta, separação e triagem dos resíduos. Por sofrerem de uma infinidade de carências sociais e econômicas, constituem a parte mais frágil da cadeia, quase sempre dependentes da ação dos atravessadores e das indústrias, que determinam os preços, o volume e as condições dos materiais que serão adquiridos. Mesmo assim, eles são os atores-chave em todo o processo, já que são responsáveis por quase 90% de todo o material que chega a ser reciclado no Brasil. (SILVA, S.P.; GOES, F.L.; ALVAREZ, A.R., 2013, p. 19)

Em extensão, a compreensão do atual *lócus* dos catadores na sociedade passa pela compreensão do processo de construção da identidade do cidadão no paradigma desenvolvimentista e na sua caracterização como uma sociedade em que o consumo e as marcas (símbolos) desempenham papel central, cuja análise revela uma imbricada rede de interações e elementos. Assim, uma análise dos artefatos mercadológicos, peça chave do desenvolvimentismo, usados para a promoção da marca Pimp my Carroça, visa desvendar os bastidores da produção e do consumo onde o *marketing* é o *locus* da incessante reprodução do capital e da formação da classe dos incluídos sociais, denominada mercado consumidor. A lógica de produção contínua e estímulo ao consumo tem mecanismos próprios, já consolidados, os quais reverberam junto à sociedade sob a forma de uma “cultura descartável” (FONTENELLE, 2013). Esta expressão se alinha com a explicação de Bauman (2008, p.44) sobre a evanescência do consumo, que implica no “uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la”, fundamentando a descartabilidade proclamada por Fontenelle e que é impulsionada por “um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes” (IBIDEM).

A consideração de todos estes pontos e a análise das injunções que participam da construção do atual paradigma têm por finalidade esclarecer os questionamentos levantados pelo presente estudo.

5.1 IDEOLOGIA E OPERAÇÃO DO PIMP MY CARROÇA

O Pimp my Carroça é um projeto que busca mudar a forma como a sociedade vê o papel dos carroceiros que atuam como catadores de recicláveis (www.pimpmycarroça.com.br), visando sua valorização. Financiado coletivamente por

indivíduos anônimos mobilizados na internet, modalidade chamada de *crowdfunding*, busca vincular a imagem dos catadores à temática do consumo e do descarte responsáveis, enquanto constrói e dissemina uma identidade comum – a de agentes ambientais - para este grupo segregado socialmente. Através da realização de eventos itinerantes o Pimp recupera e decora as carroças dos catadores com frases de conscientização ecológica, enquanto promove o atendimento destes indivíduos e suas famílias por designers, lanterneiros, médicos e outros especialistas, todos voluntários. Os catadores, por sua vez, são indivíduos que, excluídos socialmente, parecem valorizar o projeto Pimp my Carroça como uma oportunidade de serem reconhecidos pela sociedade em função da atividade que realizam – o que foi constatado nos testemunhos disponíveis online, em pesquisa exploratória na fase inicial deste trabalho.

O idealizador do Pimp my Carroça, Thiago Mundano, esclarece que o objetivo do projeto é aproximar a sociedade dos catadores, ajudando a superar o preconceito existente em torno deste grupo que sofre com a marginalização originada na insensibilidade sobre seu papel⁹. Em sua visão, os catadores atuam por meio da coleta de resíduos recicláveis, como importantes agentes ambientais nas cidades brasileiras, as quais geram mais lixo do que conseguem processar. Por outro lado, o grafite, uma arte também marginalizada, opera como instrumento de transformação e conscientização social, promovendo o interesse da sociedade para estes grupos marginais.

O nascimento do projeto, segundo Mundano¹⁰, se deu no ano de 2007. Artista plástico, Mundano já tinha por hábito expressar sua arte nas ruas, grafitando muros, viadutos e outras construções públicas da cidade de São Paulo. Contudo, a partir de 2007, estas pinturas assumiram um papel de resistência à lei nº 14.223, de 2006, conhecida como “Lei Cidade Limpa” e ao decreto nº 47.950 que regulamentam o uso da publicidade nos espaços públicos¹¹. Na mesma época, a atuação da prefeitura sob a égide do Cidade Limpa foi ampliada, apagando indiscriminadamente, publicidades corporativas e grafites espalhados pelos espaços públicos da cidade. Manifestações de artistas de notoriedade internacional como “Os gêmeos” repercutiram em toda a mídia nacional, e inspiraram outras ações de resistência.

Mundano (2014) explica ainda, que a pintura das carroças de catadores de resíduos recicláveis surgiu como ato alternativo de resistência, o que assegurava a longevidade de suas obras, já que não eram apagadas pela prefeitura, e a disseminação de suas ideias. Diz que a

⁹Em entrevista realizada na primeira fase da pesquisa de campo do presente estudo, em 07/03/2014.

¹⁰IBIDEM.

¹¹Disponível em <http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/cidadelimpa/conheca_lei>. Acesso em: 9 mar.2014.

sua convivência com a realidade dos catadores fez com que o seu objetivo mudasse: de oferecer resistência ao Cidade Limpa, passou a tentar dar voz aos catadores, grafitando suas carroças e com mensagens que contribuíssem para a sua visibilidade perante a sociedade. Foi nesta época que Mundano diz haver percebido também que poderia sensibilizar as pessoas sobre a necessidade do engajamento para solucionar problemas coletivos, como é o caso do impacto da geração de lixo sobre o planeta.

O Pimp my Carroça tem sua atenção voltada para o problema dos resíduos sólidos e da reciclagem, sem, no entanto, demonstrar aparente preocupação com a geração de renda, posição que é confirmada por Mundano (IBIDEM). Os eventos do Pimp mobilizam voluntários em prol de um objetivo comum: o de mudar a percepção da sociedade sobre os catadores e suas famílias, e a visão deles próprios sobre si, aumentando sua autoestima, valorizando-os através da arte, e fornecendo-lhes orientação e cuidados básicos com higiene e saúde, além de realizar a reforma de suas carroças (IBIDEM).

A ideologia e propósito do Pimp my Carroça estão expressos em um documento, o “Manifesto Pimp my Carroça” (disponível em: <http://pimpmycarroca.blogspot.com.br/2012/06/manifesto-pimp-my-carroca.html>. Acesso em: 08 mar. 2014), em que se reivindica o reconhecimento do catador como um agente da limpeza pública e conservação ambiental, que deva ser contratado e remunerado por serviços prestados à sociedade, e que se integrem estratégias do setor (ambiental) mantendo o foco no desenvolvimento humano e social, tornando-o “protagonista do planejamento e gerenciamento de seu próprio negócio”. Entre outros itens que o documento propõe, estão o engajamento da população na gestão de resíduos e sua conscientização sobre novas práticas de consumo e descarte, bem como:

a ampliação, com urgência, do Programa de Coleta Seletiva Municipal, através da inclusão de novas organizações de catadores, estruturas adequadas para a gestão de resíduos e melhores condições de trabalho; a implantação imediata de ao menos uma central de triagem em cada uma das subprefeituras da cidade [...] (IBIDEM).

No início o projeto foi parcialmente financiado pelo próprio Mundano, como explicou em entrevista da pesquisa de campo, o qual vendia suas obras para complementar os recursos financeiros para a realização do evento. Segundo explicou, o desconhecimento sobre o projeto foi uma dificuldade logo superada pela ampla adesão de voluntários e divulgação na web a partir da rede de relacionamentos do idealizador do projeto, facilitando o entendimento sobre sua amplitude e proposta. Assim, a segunda edição extravasou os limites do Estado de São Paulo, vindo a acontecer duas semanas depois, no Rio de Janeiro.

5.2 ARTICULADORES, PARCEIROS E EVENTOS

Segundo Mundano (2014), os participantes que ajudaram a realizar a primeira edição do evento Pimp my Carroça foram mobilizados principalmente a partir da rede de relacionamentos pessoais de Mundano. Atualmente, no entanto, o financiamento do evento acontece exclusivamente por meio de financiamento coletivo na plataforma de *crowdfunding* e da divulgação por entidades parceiras, como o Virada Cultural de São Paulo, que ajudam na promoção do Pimp e o engajamento de colaboradores. No dia do evento, tendas são armadas no local pré-determinado em uma cidade brasileira, definida por consulta pública via *crowdfunding*. Nestas tendas os catadores e suas famílias recebem cuidados médicos e pessoais, além de orientação sobre saúde, higiene e estética, enquanto sua carroça é *pimpada*.

O *crowdfunding* do Pimp acontece no Catarse (disponível em www.catarse.me/pt. Acesso em 2 ago. 2014), plataforma *web* que permite o financiamento coletivo do evento por quem se interesse. Neste ambiente também há a mobilização de pessoas, já que algumas acabam se motivando a atuar como voluntários no dia do evento. O custo médio por catador para seu completo atendimento e o de sua família, em um evento do Pimp, são R\$400,00. Isto possibilita montar o *kit* que inclui uniforme de trabalho e apetrechos de segurança, além de outros itens para a recuperação da carroça e atendimento de saúde, como a distribuição de óculos de grau após a consulta com os oftalmologistas voluntários. Quando há excedente de verba, o atendimento é estendido em número de pessoas, em concessão de benefícios, ou em ambos.

No Catarse são informados os detalhes sobre o planejamento prévio do evento, incluindo número de beneficiários que se pretende atender e as ações previstas¹². A longevidade e a estabilidade do Pimp são alvo de preocupação de Mundano, considerando a trajetória recente do projeto e as dificuldades para a sua sustentabilidade financeira. Ainda assim, Mundano afirma que o projeto não objetiva gerar renda através da visibilidade de sua marca, quer para seus parceiros, ou mesmo para os catadores. Estes, por sua vez, devem gerar receita através de seu próprio trabalho apenas, como sempre fizeram (Mundano, 2014).

¹² A prestação de contas com o detalhamento dos gastos está disponível para consulta pública, acontece na página do blog do Pimp my Carroça (<<http://pimpmycarroca.blogspot.com.br/?view=timeslide#!/2013/01/prestacao-de-contas.html>>. Acesso em: 2 ago. 2014) e no Google Docs para consulta pública (Disponível em: <https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0Ao8hmRpvVO_PdGdwZGIWVmVBZmR0Sm9OTVo4WjJD0E#gid=0>. Acesso em: 2 ago. 2014).

Apesar da repercussão que alcançou na mídia, gerando entrevistas e participações em eventos secundários, o Pimp teve apenas duas edições em 2012, uma em 2013, e outra em 2014. O que pode ser atribuído, segundo Mundano, ao fato de a equipe de base, que é fixa, não contar com uma remuneração. Os voluntários da equipe desenvolvem outras atividades profissionais, o que limita a sua capacidade de dedicação ao projeto. Objetiva-se conseguir o engajamento regular de parceiros que possibilitem remunerá-la, pois a sua dedicação integral é necessária para a expansão do projeto e a implementação dos outros projetos/subprodutos do Pimp que estão estacionados, aguardando recursos para serem implementados (IBIDEM).

A equipe fixa do Pimp é distribuída em função das atividades desenvolvidas: o próprio Mundano, responsável pela coordenação e curadoria do Pimp; a equipe do Parede Viva que cuida da campanha de *crowdfunding* e da produção artística; assistentes de produção e campanha; produção executiva. Outros 70 voluntários dão suporte à equipe, atuando nos eventos do projeto. Uma meta futura do idealizador do Pimp é estruturar embaixadores em diversas cidades brasileiras, para que atuem como multiplicadores do projeto e permitam disseminá-lo (IBIDEM).

A escolha das cidades acontece por sugestão de todos os atores: apoiadores, parceiros e voluntários, mas também pode ser determinada pelo senso de oportunidade. Dentre os critérios que influenciam a escolha da cidade pelos organizadores, explica Mundano, está a chance de realizá-lo em um local inédito, ampliando sua atuação e criando multiplicadores do projeto, bem como uma oportunidade de vinculá-lo a algum outro acontecimento local que ajude a lhe dar visibilidade, como aconteceu na cidade de São Paulo, durante o Virada Sustentável em 2012. Atualmente, o alcance e notoriedade crescentes do projeto disseminado nas redes sociais e em mídias digitais vêm gerando convites de prefeituras e entidades para que o Pimp seja realizado em suas cidades. No entanto, Mundano (2014) explica que o empecilho gerado por uma extensa burocracia e também a preocupação dos organizadores do projeto em ter o nome do Pimp a fins políticos ou institucionais.

Além da equipe fixa, os demais participantes do projeto – ou “pimpadores” – podem ser classificados como apoiador, voluntário ou parceiro – de acordo com o papel que desempenham no Pimp. Os apoiadores contribuem para a divulgação e suporte imagético ao projeto através de sua rede de relacionamentos e visibilidade na mídia, caso de celebridades como Marcelo Tas, Gilberto Gil, dentre outros (disponível em <http://www.pimpmycarroca.com/pimpadores/>. Acesso em: 2 ago.2014).

Dentre os parceiros estão o Movimento Nacional dos Catadores de Recicláveis (MNCR), que ajuda na divulgação do Pimp, rendendo-lhe convites para participar de eventos

que divulgam seu nome e ampliam sua itinerância, um dos objetivos fixados ainda em 2012 pelo próprio Pimp (disponível em www.pimpmycarroca.com.br. Acesso em 2 ago. 2014). Os voluntários, por sua vez, atuam nos eventos, trabalhando diretamente na renovação das carroças ou ainda na assistência aos catadores e suas famílias. O grupo de voluntários é composto de grafiteiros, funileiros, marceneiros, músicos, cabeleireiros, massoterapeutas, médicos de várias especialidades - oftalmologistas, psicólogos, clínicos gerais, que verificam e prestam cuidados básicos de saúde ao catador e seus familiares, além de serviços gratuitos como corte de cabelo, distribuição de lanches e do “kit catador”, uniforme com itens de segurança como retrovisor, fita refletiva, etc, para uso pelos catadores durante sua circulação pelas vias urbanas.

Os apoiadores são os doadores, aquele que participam do financiamento coletivo no Catarse para a compra do material utilizado nos eventos em prol dos catadores e suas famílias. Recentemente foram criadas categorias de parceiros, classificados em função do valor que doam e que têm como retorno, seu crédito no documentário e produtos do evento.

Pimp my Carroça

A primeira edição do Pimp my Carroça aconteceu em junho de 2012, no Vale do Anhangabaú em São Paulo. Segundo dados do próprio Pimp (Disponível em <http://www.pimpmycarroca.com/edicoes-pimp/pimp-my-carroca-sao-paulo>. Acesso em 2 ago. 2014), naquele ano o financiamento coletivo do Pimp foi o segundo maior caso de financiamento coletivo até então ocorrido no Brasil: 792 pessoas doaram R\$ 63.950,00 através do Catarse (disponível em www.catarse.com. Acesso em 2 ago. 2014), plataforma de *crowdfunding*, para a realização do evento. O trabalho voluntário de 150 pessoas distribuídas em 14 tendas com serviços médicos e de cuidados pessoais e a participação de 42 organizações e empresas parceiras (disponível em: <http://www.pimpmycarroca.com/edicoes-pimp/pimp-my-carroca-sao-paulo>. Acesso em 2 ago. 2014) permitiram o atendimento a 50 catadores e seus cães, além de permitir a reforma de suas carroças. No evento, os nomes martelinho de ouro (massoterapia), tapa na peruca (cabeleireiro), balanceamento (atendimento psicológico) e check-up (clínica geral) identificam alguns dos serviços oferecidos aos catadores, identificados de forma divertida, fazendo alusão às próprias carroças.



Figura 2 - Cartaz de divulgação do Pimp my Carroça.

Na cidade do Rio de Janeiro, ainda no mês de junho, aconteceu a segunda edição do Pimp com um público estimado de 500 pessoas, em que foram atendidos 19 catadores e 17 carroças, por cerca de 150 voluntários, na Praça Tiradentes, no centro da cidade. A Rio +20 foi o evento que propiciou esta rodada somado ao fato de que havia saldo financeiro remanescente das doações do evento anterior, em São Paulo. Sob o nome de “Vamos Abraçar +20”, o evento contou com projetos culturais sobre a temática socioambiental – a “Rio Agora” –, oferecidos em conjunto por organizações e projetos independentes, articulada com entidades parceiras locais (IBIDEM).

A cidade de Curitiba foi a anfitriã da terceira edição do projeto Pimp, mais de um ano depois, em 29 de novembro de 2013, na Praça Vinte e nove de março. A cidade foi sugerida pelos pimpadores, via *crowdfunding*. Uma equipe de voluntários locais atuou no evento e atendeu mais de 29 catadores curitibanos, mulheres em sua maioria, dentro dos moldes dos eventos anteriores e recuperando suas carroças. Para esta rodada foram arrecadados, R\$ 44.578,00 ultrapassando a meta inicial de R\$ 38.200,00 (disponível em <http://www.pimpmycarroca.com/portfolio/pimp-my-carroca-curitiba>. Acesso em: 2 ago. 2014).

A última edição do Pimp my Carroça, aconteceu novamente em São Paulo, durante a Virada Cultural em 17 de maio de 2014. Com o público estimado de 530 pessoas, atendeu a 43 catadores e seus acompanhantes, em que foram pimpadas 41 carroças com a ajuda de 127 voluntários e 47 grafiteiros (disponível em <http://www.pimpmycarroca.com/edicoes-pimp/pimp-na-virada>. Acesso em: 2 ago.2014). A inclusão do projeto na agenda de atividades do Virada Cultural pela Secretaria de Cultura de São Paulo assegurou o aporte financeiro necessário para a sua realização. Já o apoio da iniciativa privada foi responsável pela participação de voluntários como podólogos, massoterapeutas e médicos, além de doações de óculos aos catadores com deficiência visual e vacinas antitetânicas (fonte: pesquisa de campo). O resumo das edições do Pimp está no Apêndice C.

Pimp nosso Ecoponto

O Pimp my Carroça ampliou sua atuação, iniciando uma ação de valorização dos “Ecopontos” da cidade de São Paulo. Por definição, os ecopontos são espaços criados pela prefeitura de São Paulo para o descarte seletivo e gratuito de inservíveis: entulho até o limite de 1m³, de grandes volumes como móveis, e de resíduos recicláveis (disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/servicos/amlurb/ecopontos/index.php?p=4626>. Acesso em 2 ago. 2014). Segundo dados da prefeitura de São Paulo, existem 76 ecopontos distribuídos por toda a cidade. O projeto Pimp nosso Ecoponto tem por foco a “revitalização do espaço do Ecoponto, em paralelo ao atendimento dos catadores autônomos que o frequentam, oferecendo serviços de bem-estar e higiene e reforma de suas ferramentas de trabalho – as carroças” (disponível em <http://www.pimpmycarroca.com/edicoes-pimp/pimp-nosso-ecoponto>. Acesso em: 2 ago. 2014). Não foi esclarecido como ocorreu o financiamento desta ação, se com saldos de doações anteriores ou se através de patrocínio público ou ainda da iniciativa privada.

Os dados apresentados pelo site do Pimp my Carroça (IBIDEM), informam que o primeiro mutirão do projeto aconteceu em maio de 2013 e reuniu 55 pessoas entre produtores, artistas, jardineiros, comunicadores, serralheiros, massagistas, cabeleireiros, músicos e outros profissionais. A equipe atendeu a 25 catadores, acompanhados de seus familiares, além de reformar suas carroças, enquanto os moradores da região participavam de atividades culturais. O muro do Ecoponto foi pintado e o local recebeu um projeto paisagístico.

Dentre os objetivos do Pimp my Carroça em seus mutirões nos Ecopontos podem ser listados (IBIDEM):

- a) reformar as carroças para torná-las mais eficientes, seguras e bonitas, valorizando o instrumento de trabalho dos catadores e transformando-as em obras de arte ambulante;
- b) aproximar os catadores autônomos dos Ecopontos para estreitar a comunicação (ouvir demandas e necessidades) visando a correta utilização do espaço;
- c) ressignificar o uso do Ecoponto para a sociedade, tornando-o um lugar convidativo e agradável para seus usuários;
- d) sensibilizar a comunidade na temática dos resíduos sólidos – educação ambiental;
- d) utilizar a arte como instrumento de mobilização e engajamento social.

Canal Pimp e Pimpex

Lançado em julho de 2014, o canal Pimp (disponível em <http://canalpimp.catarse.me>. Acesso em 2 ago. 2014) tem o objetivo de reunir projetos que possam ser realizados como uma versão reduzida do Pimp my Carroça, estimulando outras pessoas a assumirem a organização destes projetos, tornando-se multiplicadores. O canal tem o objetivo de apresentar estes projetos, chamados de “Pimpex”, que precisam de financiamento e que têm o objetivo de ajudar os catadores de materiais recicláveis. Como explica o canal, o Pimpex atua em todo o país e visa estimular e auxiliar agentes no trabalho voluntário voltado para “melhorar as condições de vida dos catadores de suas cidades. Em apenas 15 dias e com o apoio coletivo de R\$ 500,00 cada agente pode inscrever um catador e fazer sua própria ‘mini-edição’ do evento (IBIDEM).”

6 PROCEDIMENTOS DA PESQUISA DE CAMPO

À luz da pesquisa empírica e do quadro teórico pretendeu-se com o presente estudo identificar e analisar os objetivos dos idealizadores e beneficiários do Pimp my Carroça, visando destacar eventuais diferenças nas expectativas quanto aos resultados do projeto, bem como demarcar as visões quanto à crise ecológica e o processo de inclusão dos catadores na sociedade. A pesquisa de campo envolveu um conjunto de 5 etapas apresentadas mais adiante.

Elaboração de roteiros de pesquisas – esta etapa consistiu na elaboração de dois roteiros (vide apêndice): o primeiro roteiro visou auxiliar na condução do *storytelling* com o idealizador do Pimp my Carroça. O segundo roteiro, por sua vez, auxiliou na condução do *storytelling* com os catadores. Este último levantamento teve como objetivo a identificação

das visões dos catadores sobre a atividade que desempenham. O *storytelling* é um método de pesquisa que se baseia na coleta das histórias contadas por grupos de pessoas envolvidas em um mesmo fato ou processo, e na integração e relativização dos diversos pontos de vista que o compõem, permitindo construir e recuperar histórias vivenciadas ou testemunhadas por várias pessoas. “Nela, mais de uma pessoa contribui, síncrona ou assincronamente, localmente ou geograficamente distribuída, através de uma ou mais mídias” (VALLE, et al, 2002).

A amostra foi composta por onze catadores entrevistados durante um dia inteiro (das 9hs às 17:30hs) de evento do Pimp my Carroça, durante o Viradão de São Paulo, em maio de 2014, dentre um total de quarenta e um catadores presentes ao evento, segundo dados da organização do Pimp my Carroça. O número de entrevistados teve como fatores limitadores o tempo necessário para a realização do storytelling com cada unidade amostral/catador, de um lado, e a duração do evento que aconteceu em um único dia. Durante o desenvolvimento do presente estudo, não houve novas edições do Pimp my Carroça, o que impossibilitou a realização de novos levantamentos com os catadores.

No dia do evento, os catadores entrevistados foram selecionados em função de sua disponibilidade no momento para a entrevista, sendo elegíveis todos os que não estavam sob algum tipo de atendimento – médico ou - no momento da entrevista, o que lhes conferia maior liberdade para “conversarem”. Cada catador falou livremente, em média, durante quarenta minutos. Além destes catadores, uma outra unidade amostral, a décima segunda, foi originada da entrevista com a ex-esposa de um dos catadores entrevistados, contribuindo para enriquecer a visão sobre o perfil de seu ex-cônjuge. A recuperação das falas dos catadores foi expressa em extratos das entrevistas, presentes no Quadro 1 (p.57).

- 1) A partir de informações obtidas na Internet, foi possível identificar os atores envolvidos no projeto e dividi-los em dois grupos principais: o primeiro grupo composto pelos idealizadores e voluntários; o segundo grupo, pelos beneficiários, os carroceiros catadores de lixo. A separação dos atores em dois grupos permitiu recortar melhor a questão de pesquisa que norteia este estudo e categorizar os diferentes pontos de vista.
- 2) Identificação/seleção da amostra – a primeira entrevista foi realizada com o idealizador do Pimp my Carroça, inicialmente selecionado por protagonizar grande parte do material de divulgação do projeto, disponível nas redes sociais - sugerindo sua participação ativa na concepção, ideologia e realização do projeto. Este papel foi confirmado pela produtora

cultural do evento, que o indicou como a pessoa capaz de reproduzir a trajetória do Pimp desde seu surgimento e ajudar a atender os demais objetivos desta etapa.

- 3) Aplicação do questionário com o idealizador do Pimp – este primeiro levantamento foi realizado em 08 de março de 2014. O apoio do roteiro à condução da conversa (cf. Apêndice B) segue o método do *storytelling* e visou identificar:
 - a trajetória do projeto;
 - a ideologia e os objetivos dos idealizadores do projeto Pimp;
 - as formas de propagação do projeto para a sociedade em geral;
 - seu *modus operandi* e recursos alocados;
 - os atores envolvidos.

- 4) Aplicação do questionário com os catadores de lixo - a oportunidade de ter a população de catadores reunida em evento do Pimp my Carroça permitiu realizar a pesquisa de campo com o método de *storytelling*. Os carroceiros foram entrevistados, durante a rodada do Pimp my Carroça na Virada Cultural, na Praça da Luz, cidade de São Paulo, em 17 de maio de 2014. Também com o apoio do roteiro (cf. Apêndice A; B) a entrevista foi realizada com uma amostra de 11 carroceiros dentre a população de 41 carroceiros atendidos durante o evento do Pimp, extraída do universo de catadores de lixo da cidade de São Paulo. Esta pesquisa de campo contribuiu para:
 - levantar a trajetória de cada carroceiro até chegar a atual atividade, como carroceiro;
 - conhecer os objetivos de vida (sonhos) individuais e como estão relacionados à atividade atual;
 - verificar se há consciência sobre seu próprio papel como agente ambiental (posicionamento defendido pelo Pimp).

- 5) Estruturação/organização dos dados levantados nas pesquisas de campo – nesta última etapa as informações foram organizadas visando identificar eventuais categorias de respostas, possibilitando a discussão dos resultados obtidos, *vis-à-vis* o referencial teórico adotado, possibilitando a identificação das visões de mundo dos idealizadores do projeto, bem como a dos catadores e seu alinhamento com a ideologia do Pimp.

6.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

Nessa parte da dissertação são discutidos os resultados da pesquisa de campo realizada em 17 maio 2014. Foi adotada como ferramenta de pesquisa o *storytelling* com catadores de recicláveis durante o evento do Pimp my Carroça, o qual aconteceu como parte da programação do Virada Cultural, que por sua vez, integra o calendário anual de eventos da cidade de São Paulo.

A recuperação coletiva de conhecimento através da coleta e correlação de relatos individuais dos carroceiros e dos organizadores do Pimp possibilitou a investigação do processo de inovação (inclusiva) em curso no projeto, por meio da identificação das diferentes origens dos beneficiados e do detalhamento da interação entre os atores. O *storytelling* realizado no Pimp permitiu capturar e ampliar o entendimento sobre a visão de mundo dos catadores, a partir da narrativa sobre suas práticas cotidianas e subjetividade. Sabe-se, entretanto, que durante este processo os participantes podem esquecer ou desconsiderar eventos que eles julgam não relevantes, criando a versão relatada diferente da versão conhecida, mas isto pode ser compensado com o tratamento dos dados, construindo-se uma antologia de ideias, baseando-se nos pontos em comum identificados na fala dos entrevistados.

Assim, o *storytelling* aplicado ao estudo de caso do Pimp my Carroça, possibilitou uma rica recuperação de narrativas que serviu de insumo para a categorização das visões de mundo de catadores e organizador/idealizador, ajudando a responder à questão central da pesquisa: “o projeto Pimp my Carroça não estaria visando transformar os catadores em cidadãos consumistas?”.

A visão de mundo a que se refere este estudo trata dos valores e objetivos dos atores que integram o Pimp my Carroça. Aqui, tem uma função instrumental de permitir sintetizar a forma como estes atores vêem o mundo, interagem com ele, e respondem aos estímulos recebidos, seja com a idealização de formas de superação das dificuldades enfrentadas, ou de forma pragmática, objetiva, sem maior elaboração psíquica ou ideológica. Partindo de duas visões sobre um mesmo elemento - o catador de reciclável - vê-se de um lado, a idealização do Pimp que envida esforços para transformar a realidade dos carroceiros, inserindo-os numa sociedade que os ignora e discrimina, mas que ainda deixa dúvidas sobre o tipo de mundo em que deseja incluí-lo e como.

No outro extremo, encontra-se a visão do próprio catador, claramente desconhecida aos olhos de quem não interage com eles ou os vê distanciadamente, como é o caso de um

cidadão qualquer, e quem sabe, desconhecida e incerta mesmo para os ativistas do Pimp, que participam intensamente de suas atividades. Revelar os meandros destas visões tornou-se fundamental para a realização deste estudo, pois seriam o insumo para as discussões propostas neste trabalho, que serviram como propulsores de todo o estudo. Sendo assim, a pesquisa de campo apresentada a seguir, teve como objetivo levantar dados que permitissem retratar:

a) a visão do idealizador do Pimp my Carroça sobre a atual condição dos catadores de recicláveis e os objetivos do projeto para o grupo, fossem estes últimos, contribuir para a ascensão socioeconômica dos catadores ou para uma mudança de valores, gerando algum tipo de consciência ecológica;

b) a visão dos catadores sobre si mesmos, a partir de sua reflexão sobre sua atual condição como catador de recicláveis, e de sua visão futura, incluindo aí seus objetivos e valores, fosse de inclusão ou ascensão social; e se encontraram no Pimp uma contribuição efetiva para que alcançassem seus objetivos.

A questão central: “inclusão dos catadores em que tipo de mundo?” remete a outros questionamentos, tais como: os carroceiros também compartilham do idealismo ecológico e social dos organizadores do projeto? A visão de algum destes atores está incorporada à lógica do consumismo, própria do paradigma produtivista? Sua meta de vida, seus sonhos, é a de serem incluídos em um patamar de consumo que denote ascensão social?

Os resultados mostram que as visões de mundo identificadas - a do idealizador do Pimp my Carroça e a dos carroceiros - diferem. A inclusão social objetivada pelos organizadores do Pimp my Carroça para os carroceiros está voltada para o reconhecimento de seu papel e de sua importância por parte da sociedade e no incentivo à atividade que exercem, para que alcancem melhores condições de trabalho e bem estar. O idealizador do Pimp fala no seu desejo de integração dos catadores como agentes ambientais, atividade que, a seu ver, já desempenham efetivamente - apesar da falta de reconhecimento pela sociedade. Argumenta que governantes têm de despertar para esta realidade e dar apoio aos catadores. Não diz objetivar diretamente a geração de renda para os catadores, como atestou o idealizador do projeto em levantamento realizado na primeira fase da pesquisa de campo, mas a elevação das condições de trabalho destes indivíduos segregados socialmente, ainda que a interferência do projeto possa vir a contribuir para o processo de ascensão financeira dos catadores.

O próximo quadro apresenta os dados do *storytelling* com os catadores.

Quadro 1 – extrato do *storytelling* dos catadores no Pimp

ENTREVISTADO/ CATEGORIA	STORYTELLING E PERFIL DO ENTREVISTADO
Catador 1 / garoto-propaganda e elite do lixo	Tem meia-idade, prefere morar no quarto que lhe arranjaram e ficar longe de casa. Diz ter sido recentemente homenageado pelos moradores da rua em que trabalha como catador: a rua em que mora, em um bairro de luxo, recebeu seu nome por meio da mobilização de seus moradores, a quem regularmente serve como office boy, fato confirmado, com preocupação, pela ex-mulher, também entrevistada. Fala com orgulho da casa que construiu para sua mulher e filhos por meio de seu trabalho. Não pega qualquer lixo, trabalha em endereços fixos como mansões e residências de alto padrão. É separado da esposa, que é diarista e parece ter uma vida bem estruturada: mora em casa com três filhos, em que uma filha é universitária e os outros dois também estudam. A ex-esposa, por sua vez, diz que ele sempre gostou de ficar pela rua desaparecido, e sempre bebeu muito. E que ela teve grande participação na construção da casa em que mora com os filhos, pois sempre trabalhou como diarista e foi muito ajudada por seus patrões - versão esta, confirmada pelas filhas, e que desconstrói parcialmente a visão romantizada fornecida pelo catador.
Catador 2 / garoto-propaganda e elite do lixo	Catador de recicláveis desde 1986. Atualmente, é um dos catadores mais requisitados pela mídia, atuando como uma espécie de garoto propaganda do Pimp. Diz que trabalha por celular, sob encomenda, "não pega qualquer lixo, pois deixa os que encontra pelo caminho, e de menor valor, para os mais necessitados". Diz que muitas pessoas hoje prestam atenção nos catadores por causa da carroça pimpada, e se dirigem a eles, o que vê como uma mudança positiva de comportamento da sociedade em geral. Falou do ecoponto - novo projeto do Pimp - e para isso usou termos técnicos, e da importância de seu trabalho para a prefeitura. Segundo ele, a população e os comerciantes são quem mais ajudam os catadores, acrescentando que a prefeitura hoje não apreende mais as carroças dos catadores, apenas daqueles que estiverem realizando alguma atividade suspeita ou ilegal. Falou que busca conscientizar os catadores sobre como devem atuar, sem rasgar sacos, etc. Durante a nossa entrevista foi solicitado para fotos e entrevista com a Globo, etc. Falou com orgulho que já deu entrevista sobre o projeto até mesmo para um jornal estrangeiro.
Catador 3 / on-the-rocks	Usuário de crack desde os 12 anos, fugiu de causa por conta de violência doméstica. Gosta do trabalho por causa da liberdade, pois não quer ser "humilhado por patrão", nem mandado por ninguém. Diz que quem está na rua, "não presta, por isso ele está lá". Como exemplo disto, revela que já esteve por três vezes em centro de recuperação para usuários de drogas da prefeitura, mas que acaba retornando ao vício. Quer deixar o crack, mas diz que "ainda não tem forças".
Catador 4 / cabo-eleitoral	Cabo eleitoral, diz que tudo é ótimo no trabalho de catador. Tem casa, é casado, e diz que "o pessoal da prefeitura" os ajuda (refere-se aos catadores) muito. Entusiasmado, sua fala difere bastante do restante do grupo de catadores entrevistados, que se diz negligenciado pela prefeitura. Não forneceu muitos elementos para uma compreensão mais profunda sobre sua trajetória.
Catador 5 / pipa-voada	Tem 39 anos, é catador de recicláveis desde os 13 anos de idade. Começou como carroceiro com 8 anos puxando carrinho de feira, mas chegou a trabalhar com refrigeração. Diz que não quer compromisso com ninguém, pois gosta de ser livre, sem patrão, e que não tem objetivos para o futuro. Acha que obteve mais respeito após a reforma da carroça, e que a atividade de coleta "é um trabalho bonito, porque pode rodar toda a cidade de São Paulo". Volta pra casa esporadicamente, tem uma filha de 10 anos. Lutou boxe, ainda treina. Diz que usa um pouco do que arrecada para crianças e idosos carentes, doando cesta básica.
Catador 6 / operária-padrão	Única mulher carroceira entrevistada (na população de entrevistados só havia mais uma mulher carroceira), diz-se mãe, e que divide uma casa com a irmã e um filho de 9 anos. Virou catadora para sustentar o filho quando o marido foi preso e lhe restou apenas a carroça como meio de sustento. Diz que apenas deseja dar uma vida melhor ao filho e uma estrutura familiar. Fala com orgulho que a carroça é um "caixa-eletrônico ambulante", pois sempre que precisa de dinheiro, ela sai para trabalhar e consegue.
Catador 7 / pipa-voada	Tem 54 anos, é catador há mais de 20 anos e mora na rua. Tem filho, família, mas não mora com eles. Já foi preso. Foi representante de cooperativa de catadores durante o governo de Marta Suplicy em São Paulo, no início do surgimento da coleta de recicláveis. Quer apoio da prefeitura para "ter uma estrutura de trabalho", mas não quer patrão, prefere ser livre.
Catador 8 / empreendedor	Mora de aluguel (paga R\$ 350./mês em um quitinete), tem celular, e sonha em comprar uma casa. Quando novo, já havia catado ferro velho. Largou o emprego para trabalhar na carroça depois de ficar pelas ruas, vítima do crack. Explicou que antes de ir morar na rua, morou em invasão organizada pelo Movimento dos Trabalhadores Sem Teto, junto com a mulher, por 18 meses. Disse "a mulher foi embora por que me pegou tomando um negócio" (referia-se ao fato de sua esposa flagrá-lo consumindo drogas em casa) e que sumiu grávida de seu filho, levando também o enteado menor de idade. Diz que hoje seu único vício é o álcool, mas que está conseguindo se reorganizar, apesar disto. Ao ser indicado por um conhecido para trabalhar com carroça, já estava morando na rua. A perspectiva de rever o filho, por meio de recurso judicial, foi a motivação para se engajar neste trabalho. Quer deixar a carroça se aparecer outro trabalho, pois a carroça não assegura uma receita regular. Diz que não há apoio de prefeitura e que ainda há muita discriminação em todo lugar.
Catador 9 / pipa-voada	É eletrotécnico e disse que surfava, chegando a ter patrocínio, no Recife, sua cidade. Virou usuário de crack e acabou na "cracolândia", em São Paulo. Hoje mora na rua e diz que "só usa maconha e cachaça", mas "na carroça se sustenta e tem liberdade". Sonha em abrir um ferro velho no Recife e revelou que "a carroça pintada é como se fosse um cadastro, é o cartão de chegada."
Catador 10 / on-the-rocks	Anda com esposa, um casal de filhos com idade inferior a cinco anos, e cães. Moram na rua. Diz sofrer muita discriminação como catador, mas que prefere carroça a trabalho formal, pois tem liberdade. Veio da cracolândia, mas parou de se drogar depois de preso. Agora gasta o que ganha com os filhos. Não tem objetivos, mas gostaria de dar "uma vida melhor pros filhos".
Catador 11 / empreendedor	Tem 45 anos, trabalha nisto há 13 anos, e disse que gosta de ser livre. Veio do interior pra SP, onde trabalhou como faxineiro, e ao ficar desempregado ganhou uma carroça. Com o trabalho e a economia que fez, uma carroça se multiplicou em 3. Hoje "mora na invasão com a esposa e reveza na carroça com o enteado". Falou que ainda há muito desrespeito mas o Pimp ajuda na visibilidade. Que "não há apoio de ninguém, a não ser do Pimp", gosta de ser catador e quer deixar a família amparada através de seu trabalho, comprando "um teto" para eles. Não revelou vícios.

Fonte: Autora, 2014.

Na literatura acadêmica a temática da exclusão aparece vinculada à desigualdade econômica. Assim, muitas das inovações de caráter social, também chamadas de inclusivas, se destinam a promover o bem estar dos indivíduos segregados com a capacitação para o consumo por meio de sua ascensão econômica, para que tenham o acesso a bens que lhes proporcione maior qualidade de vida. A geração de renda para os catadores e o seu maior acesso a bens de consumo, no entanto, não estão entre os objetivos dos organizadores do Pimp, ainda que reconheçam que isso possa ocorrer como desdobramento natural de seu empoderamento.

O Quadro 2 (p.60) apresenta o resultado do *storytelling* com catadores no evento do Pimp my Carroça durante o Viradão Cultural. O levantamento permitiu verificar que os catadores em geral têm como principal objetivo apenas a sua integração à sociedade, por meio do reconhecimento da atividade que realizam, o que foi confirmado por 100% da amostragem. Dentre os fatores determinantes que os introduziram ou ainda os mantêm na condição de catadores está a adicção a drogas e o alcoolismo. Para estes, identificados como “*on-the-rocks*” (IBIDEM) a carroça lhes permite renda para manterem seu vício, além de lhes dar liberdade de horário e de fazer o que quiser quando quiser, “sem ter de dar satisfação a patrão”. Os que colocaram a liberdade como principal fator (os “pipa-voadas”), ainda que entre estes também se encontrem adictos. Em alguns casos, o desejo de liberdade também é o argumento para a dissolução familiar, pois alguns dizem ter família e casa, mas só “aparecem por lá” eventualmente. Aqueles que disseram objetivar claramente melhoria de vida (os “empreendedores”), mesmo que isto signifique mudar de atividade profissional.

Há ainda outros perfis em menor ocorrência, o primeiro identificado como “cabo-eleitoral”, que se restringiu a enaltecer a prefeitura e algumas instituições, além de se dizer satisfeito com a sua atividade, sem dar maiores esclarecimentos; outro perfil, foi categorizado como operário-padrão, pois vê no trabalho de catador a forma de ampliar as oportunidades de melhoria de vida para seus filhos, trabalhando intensamente e levando uma vida normal, aparentemente desvinculada das motivações dos demais perfis identificados pela pesquisa.

Dentro da amostra há o grupo que se destaca por uma forma de atuação que obedece à lógica empresarial. Classificados na categoria a “elite do lixo”, trabalham apenas em endereços pré-determinados, atendendo a endereços nobres da cidade de São Paulo e a solicitações realizadas por comércios locais, mediante chamada para seus celulares. Usam vocabulário técnico para tratar do processamento de resíduos e demonstram articulação com o discurso ecológico ao falar de seu papel como agentes ambientais e da necessidade de preparar melhor os demais catadores para cumprir bem esta função. Também defendem o

projeto como responsável pela “visibilidade” que os catadores vêm alcançando na sociedade, assegurando-lhes maior respeito e chamando a atenção da população em geral sobre o tema do lixo e a necessidade de construírem uma consciência ecológica. Dizem que não coletam lixo da rua, pois sabem que há outros catadores mais necessitados, e deixam os resíduos encontrados a esmo pela rua para eles. São muito assediados pela imprensa, estando sempre vinculados ao projeto Pimp my Carroça, uma vez que têm sua imagem amplamente utilizada em materiais de divulgação do projeto.

Quadro 2 - resultado do *storytelling* com catadores no Pimp

PERFIL	TEM ALGUM TIPO DE MORADIA	TEM OBJETIVOS DE MELHORIA DE VIDA	COMO VIROU OU PORQUE É CARROCEIRO
garoto-propaganda e elite do lixo	Quarto	Sim	adição a álcool
	Casa	Sim	não revelado
on-the-rocks	Não	Não	adição a drogas
	Não	Não	adição a drogas (passado)
pipa-voada	Não	Não	adição a álcool
	Não	Sim	não revelado
	Não	Sim	adição a drogas (passado) e álcool (hoje)
empreendedor	Invasão	Não	não revelado
	Quarto	Sim	adição a drogas (passado) e álcool (hoje)
cabo-eleitoral	Casa	Não	não revelado
operário-padrão	Casa	Não	não

Chama a atenção, ainda, o fato de os organizadores do Pimp criticarem o consumismo e o paradigma vigente, tentando promover a reflexão crítica sobre a quantidade de lixo que a sociedade contemporânea produz, sua origem, e o impacto sobre o planeta enquanto divulgam o projeto por meio de logomarca (conjugação de símbolo e marca), como pode ser observado nas peças de divulgação do Pimp (fig. 3 a 7), integrando ferramentas e estratégias de comunicação comumente utilizadas na promoção de bens e serviços.

Figura 3 - A marca Pimp my Carroça



Isto sugere que vivenciam um paradoxo por meio da própria subsunção, ainda que involuntária ou inconsciente, do projeto pelas forças atuantes no atual paradigma. Da mesma forma, a utilização de alguns catadores como representantes naturais do projeto, tais como “Seu Bahia”, “Paulão” e “Biro Biro”, encarnando o papel de agentes ambientais, remete à ideia do garoto-propaganda, artifício comum da estratégia publicitária.

Figura 4 – “Seu Bahia”, imagem usada na divulgação do Pimp



Figura 5 – Catador “Biro Biro”, imagem de divulgação do Pimp



Deste modo, a pesquisa de campo também permitiu verificar se há efetiva resistência ideológica do Pimp quanto à subsunção pelas forças do mercado. O evento conta com o patrocínio de anônimos via *crowdfunding*, mas oferece como contrapartida a exibição de seus nomes no material de divulgação.

Figura 6- Divulgação do Pimp my Carroça na plataforma Catarse

Pimp my Carroça: Retrospectiva 2012



Fotos: Last Art

Pimp my Carroça conta como foi o seu primeiro ano de trabalho e quais são seus planos para 2013

O Pimp my Carroça marcou o calendário sociocultural de 2012 com sua ousadia coletiva que tomou as ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro sob a bandeira da valorização dos catadores de materiais recicláveis e seu essencial papel a sociedade, associando ainda a disseminação do grafite com uma mensagem social.

Sao Paulo

paredeviva@gmail.com

PARA R\$ 15 OU MAIS

260 APOIADORES

AGENTE AMBIENTAL:

Crédito no documentário sobre o evento

PARA R\$ 50 OU MAIS

242 APOIADORES

RECAUCHUTADOR DE CARROÇAS:

Crédito no documentário + 1 adesivo do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil

PARA R\$ 200 OU MAIS

47 APOIADORES

PIMPADOR DE CARROÇA:

Crédito no documentário + 1 adesivo do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil + 1 camiseta de membro da equipe do PIMP MY CARROÇA feita com garrafa pet reciclada

A mesma condição é oferecida a empresas que fazem doações em dinheiro ou contribuem de alguma forma com o projeto, o que acaba por se caracterizar como um patrocínio regular dentro dos moldes do mercado, sugerindo que a participação destes apoiadores ocorra por uma busca de promoção de seus nomes, e não por mera consciência ecológica, remetendo-nos à tática de “esverdeamento” das empresas, tratada na seção 3.2.

6.2 A DINÂMICA INFORMACIONAL DO PIMP MY CARROÇA

A gestão de recursos diversos no Pimp, sejam financeiros, humanos, ou operacionais, desde seu fomento até a sua distribuição, surge como o regente dos saberes de áreas diversas que interagem em uma relação de interdependência estabelecida por um objetivo que compartilham: a difusão da ideologia do projeto Pimp my Carroça. A discussão sobre a gestão de resíduos sólidos nos centros urbanos e a tentativa de valorizar o papel dos catadores de recicláveis no atual cenário de crise ecológica, promovendo-os por meio de estratégias de marketing, reúnem em torno do projeto atividades afins à promoção de produtos no mercado consumidor.

Figura 7 – Convite de mobilização para o canal Pimp na plataforma de *crowdfunding*



Visando o melhor entendimento do processo de mobilização da sociedade em torno do Pimp, cuja rede de relações se dá parcialmente fora do ciberespaço, mas tem nele sua

culminância por meio de *crowdfunding*, foram realizadas a análise de sua rede e a de seus fluxos como instrumental para o estudo do Pimp my Carroça sob uma perspectiva informacional. Para tal propósito foram atendidas as seguintes etapas:

- a) a análise da rede social do Pimp, evidenciando os modos como os indivíduos se reúnem em torno do projeto, bem como dos tipos de laços que compartilham;
- b) a análise dos fluxos de comunicação no Pimp my Carroça, com ênfase nos canais por onde a informação disseminada.

Estas atividades deverão colaborar para a identificação do tipo de inovação presente no Pimp my Carroça, a partir do mapeamento da informação no projeto e da descrição de suas características, contribuindo para responder à questão de pesquisa deste trabalho, sobre o tipo de mundo em que se busca incluir o catador.

6.2.1 A análise de redes do Pimp my Carroça

A análise das redes sociais (ARS) aplicada ao Pimp my Carroça mostrou-se a mais apropriada para a realização de seu estudo, pois permitiu caracterizar e descrever a interação entre os atores que dele participam e as formas como a informação é disseminada dentro e fora do projeto. Somada à caracterização dos fluxos e tipos de laços formados entre os “nós” da rede Pimp, permitiu compreender a dinâmica das relações que sustentam os eventos do projeto. A esta análise foi somada outra, informacional, sobre as mesmas redes quanto aos tipos de laços formados, com foco na macroestrutura social. A escolha da ARS neste estudo justifica-se pelo fato de que ela “dá ênfase ao modo como indivíduos e organizações estruturam suas interações, desempenham papéis e executam ações em função de questões, interesses e objetivos comuns” (MARTELETO, R. M.; TOMAEL, M. I., 2005, p.82).

O que interessa na análise de rede é a estrutura que ela revela a partir das relações que advêm dos “nós” e “conexões” formadas por sujeitos sociais, tornando-se “explicativa dos fenômenos analisados”. Cross et al (2000) ainda esclarecem que a partir da ARS, pode-se entender como é o fluxo de informações. Também, com a descrição dos laços existentes entre as pessoas, pode-se entender como acontece a criação de conhecimento e sua transferência dentro da rede, representada em um diagrama.

Considerando estas visões, a compreensão do *crowdfunding* como forma de expressão e articulação da sociedade atual por meio do entendimento de sua dinâmica informacional requer a igual compreensão da complexidade que envolve esta tarefa, como explica Marteleto:

Face às mutações, permanências e remetimentos que as noções de rede e de informação colocam na arena de discussões da sociedade da informação, é relevante observar que tanto uma quanto a outra são noções transversais. Portanto, são complexas, uma vez que integram os dispositivos técnicos, as representações humanas e sociais, as escolhas políticas e a hegemonia econômica e científica dos espaços e tempos mundializados. (MARTELETO, 2010, p.33).

Os eventos do Pimp my Carroça acontecem por meio da mobilização de um grande número de pessoas com quase ou nenhuma relação social entre si, e as quais convergem para um site de *crowdfunding*, o que o caracteriza como uma “rede de filiação” ou “rede associativa”, segundo a classificação de Watts (2003), em que este tipo de rede é uma estrutura de grupo que não parte de laços sociais pré-estabelecidos entre seus membros, mas que permite que as pessoas interajam e que os laços sejam construídos. A reunião destes desconhecidos em torno de um objetivo comum pode, contudo, aproximar alguns deles, reproduzindo a visão de Recuero sobre a rede de filiação, que para a autora é

uma interação reativa com efeito social. [...] Essas redes podem, entretanto, mostrar laços já estabelecidos pelos atores envolvidos em outros espaços, mas não necessariamente através da Internet. Além disso, essas redes mostram uma rede que não é alterada pelo acréscimo ou decréscimo das interações e valores trocados, mas que pode agregar valor à rede social e gerar capital social. (RECUERO, 2009, p.98).

Os laços formados entre os indivíduos que se relacionam em rede também são alvo de análise por autores como Granovetter, que em 1973 analisou as relações em redes e suas características, a partir de uma abordagem sociológica da dinâmica informacional, distinguindo-as entre “laços fortes” e “laços fracos”. O primeiro tipo seria constituído por uma identidade comum e por indivíduos que participam de um mesmo círculo social, autorreferenciado nos processos de tomada de decisão. No entanto, é o segundo tipo, os “laços fracos”, que nos interessam para a compreensão da dinâmica informacional no âmbito do *crowdfunding*, já que assumem a configuração da própria rede social, “rompendo a configuração de ilhas isoladas dos *clusters* (laços fortes)”, funcionando como pontes entre eles (KAUFMAN, 2012, p.208).

O Pimp, de fato, ao promover um novo evento através de *crowdfunding* em busca de apoio financeiro, busca captar o interesse de pessoas que se identifiquem com a causa do projeto, mobilizando-se em favor dele. O *crowdfunding* é um fenômeno em emergência, de

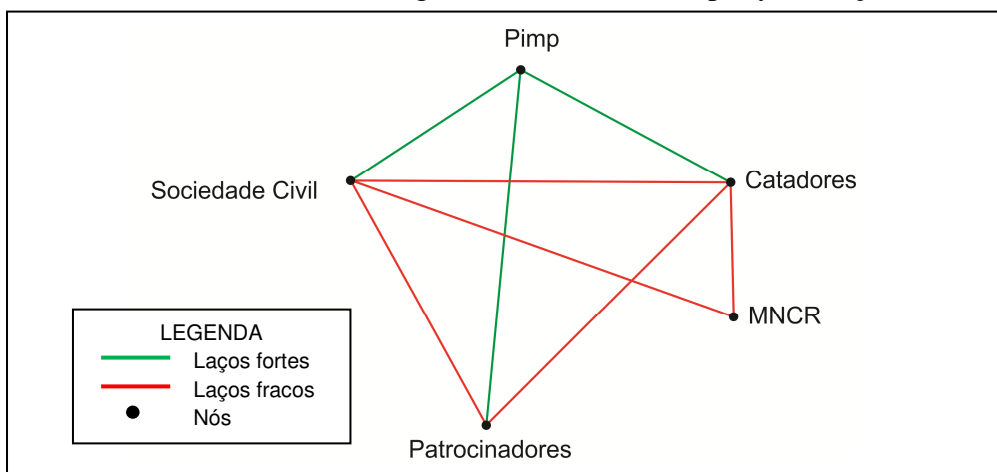
mobilização coletiva no ciberespaço que permite a integração de anônimos para o alcance de um objetivo comum, mas que é sempre iniciativa de terceiros. Aproximado para o português como “financiamento coletivo” (ou em uma versão literal, “financiamento pela multidão”), o que chama a atenção nesta modalidade é a disponibilidade de desconhecidos em apoiar financeiramente um projeto, que nasceu do ideal e motivação de outros desconhecidos, e que em alguma instância transforma o objetivo de um indivíduo no objetivo de muitos. Assim acontece com o Pimp my Carroça.

Esta dinâmica se aproxima da explicação de Watts (2003) sobre a estática existente nas redes de filiação, uma vez que, ainda que os indivíduos (neste caso, os apoiadores do Pimp) que se associam à rede social (Catarse) fiquem sem realizar trocas sociais, seu laço com aquela comunidade é preservado através do cadastro mantido pelo ambiente. Quanto menos laços fracos, mais os indivíduos ficam restritos às informações que circulam entre seus relacionamentos próximos, desta forma, novas ideias se espalham lentamente, e os esforços científicos ficam em desvantagem.

Ao revisar suas próprias teorias em 1983, Granovetter conclui que são exatamente os laços fracos que possibilitam a inovação, que seria um produto diretamente derivado da ocorrência deste tipo de ligação. Sobre isto, Recuero (2009, p.97) complementa: “apesar de Watts considerar a rede de filiação como uma classe de redes sociais, para ele, essas redes surgem em relações não-sociais que podem ser socialmente interessantes”.

Diagramas de redes demonstram as relações de um grupo. No caso específico do Pimp my Carroça, o diagrama tem a função de representar os “nós” (atores) e as conexões a partir das quais é gerada e transferida a ideologia do projeto, a programação do evento, e a prestação de contas, entre os atores que compõem sua rede. Por meio deste diagrama é possível visualizar, então, os tipos de laços (conexões) existentes entre os nós. A representação destas conexões e sua tipologia são reproduzidas no diagrama a seguir:

Quadro 3 – Diagrama de redes do Pimp my Carroça



Na rede do Pimp my Carroça, pode-se observar a ocorrência de laços fracos e fortes, distribuídos entre seus nós, indicados pelas cores vermelha e verde:

- a) laços fortes entre: Pimp e sociedade civil; Pimp e patrocinadores; Pimp e catadores.
- b) laços fracos entre: catadores e MNCR; sociedade civil e catadores; patrocinadores e catadores; sociedade civil e MNCR.

1. O Pimp divulga suas atividades e propaga sua ideologia para a sociedade civil, por meio de plataforma de *crowdfunding* e redes eletrônicas de relacionamento. Às vésperas do evento vão às ruas cadastrar catadores para o atendimento.

2. A sociedade civil é mobilizada, passando a apoiar as atividades do projeto, seja por meio do financiamento coletivo, como voluntário, ou mesmo como propagadora de informação para outros catadores e patrocinadores.

3. Catadores são avisados pelos ativistas do Pimp, por outros catadores que já têm conhecimento sobre algum evento do Pimp que esteja para acontecer, ou por meio do MNCR que também ajuda na divulgação junto aos catadores.

4. Os patrocinadores são todos aqueles que tornam os eventos do Pimp viáveis financeiramente, seja por meio de financiamento coletivo ou por meio de parceria, fornecendo materiais para doação e aplicação aos catadores, tais como os óculos de grau, vacinas, durante o seu atendimento no evento. Sua relação com os catadores é eventual, conforme relato dos próprios catadores na pesquisa de campo.

No Pimp as interações acontecem em maior número na ocasião do lançamento de novas propostas de eventos que buscam financiamento no site de *crowdfunding* Catarse. Os interessados convergem para lá, muitas vezes através de outras redes sociais na web – como é o caso daqueles que já participaram de algum evento anterior do Pimp e os seguem no Facebook – ou incentivados por sua rede de relacionamentos pessoais, como amigos e familiares que já têm ou tiveram algum tipo de envolvimento com o projeto. Aqui se percebe que redes de laços fracos e fortes se entrecruzam, e que o tipo de ligação entre os participantes se transforma, por vezes, de fraco em forte, como propõe a visão de Recuero (2009).

Isto foi constatado no relato do idealizador Mundano (2014) e na explicação de três dos voluntários presentes à última edição do Pimp my Carroça: um disse ter tomado

conhecimento através do Catarse, após ser avisado por amigos sobre o projeto, decidindo-se então por ajudar como voluntário; outro já conhecia o projeto desde edições anteriores em que já havia sido voluntário e acompanha o projeto pelas redes sociais (através da plataforma Catarse, no *site* do Pimp, e em sua página do Facebook, e de amigos que também ajudam ao projeto); uma terceira, levada pela sobrinha, que é uma das organizadoras do evento, disse haver se identificado com a proposta do projeto e disposta a ajudar nas próximas edições.

6.2.2 Os fluxos informacionais no Pimp my Carroça

O estudo de caso do Pimp my Carroça propõe a análise das formas como os seus integrantes se comunicam com a sociedade civil e com os carroceiros, mobilizando-os em torno do projeto. O mapeamento do fluxo informacional do Pimp tem o objetivo de revelar as formas de interação entre indivíduos, e de como a ideologia do Pimp é disseminada, ao rastrear a trajetória da informação e os canais utilizados para a comunicação entre seus atores, dando entendimento sobre os recursos informacionais empregados na disseminação de sua ideologia e na mobilização de voluntários, carroceiros e sociedade.

Em entrevista realizada em 03.02.15, a produtora do Pimp, Daniela Teixeira, esclareceu ainda que, que em caráter eventual, a organização do projeto busca a ajuda do Movimento Nacional dos Catadores de Resíduos (MNCR) para que convidem os catadores, confirmando que a comunicação oral por meio de uma abordagem presencial são um importante canal para que alcancem a adesão dos catadores aos eventos:

Na semana anterior à edição do Pimp my Carroça, **a nossa equipe faz um trabalho de campo para cadastrar e convidar os catadores.** E isso acontece em praticamente todos os últimos dias antecedentes ao evento para garantir que eles se lembrem da data e local da ação, e que tenham mais confiança. Procuramos cadastrar um número de catadores não muito acima da quantidade que podemos atender, mas **sabemos que uma parte dos que foram cadastrados não costumam comparecer no dia, da mesma forma que muitos que são atendidos acabam sabendo do evento no próprio dia!** Sem dúvida **alguns aparecem pelo boca-a-boca de catadores.** Já com o sindicato, bom, nós não temos nenhuma parceria formal com eles, mas podemos acioná-los em certos momentos para nos ajudar a fazer contatos e tudo mais. (grifo da autora).

O Quadro 4 ilustra a dinâmica informacional do Pimp my Carroça, reproduzindo seus nós, canais e fluxos informacionais:

Quadro 4: O fluxo de informação no Pimp my Carroça



A divulgação do Pimp no meio eletrônico utiliza como canal as redes sociais: plataformas de *crowdfunding*, blog, Facebook e YouTube. O conteúdo, essencialmente promocional, ajuda a multiplicar a informação através de outros meios de comunicação, de forma espontânea. Este “boca a boca virtual” é uma estratégia de divulgação que na área de marketing, é conhecida como “*buzzmarketing*”. Através de geração de conteúdo de interesse de um público em particular, o qual se deseja transformar em consumidor de uma determinada marca, são eleitos os canais de comunicação que farão a mensagem chegar até o alvo.

Figura 8 – Cobertura jornalística do Pimpex no YouTube.



De forma geral, neste processo, sob uma abordagem mercadológica, há outras variáveis que também influenciam a seleção dos canais. Na *fanpage* do Pimp (página no Facebook com fins promocionais) e no YouTube do Pimp, o emissor é ele próprio, que divulga, além da ideologia e objetivos do projeto, formas de adesão ao financiamento coletivo, imagens que esclarecem o *modus operandi* do Pimp e mostram o produto final: as carroças reformadas (“pimpadas”) e o processo de atendimento aos catadores.

Figura 9 – Catador e voluntária na *fanpage* do Pimp my Carroça



Enquanto a divulgação no meio eletrônico acontece, a articulação *offline*, envolvendo voluntários, simpatizantes e os próprios catadores, ajuda a mobilizar novos participantes, sejam outros catadores para serem atendidos no evento, voluntários, ou mesmo outras pessoas que ajudem na divulgação oral.

Soma-se ao conteúdo veiculado, imagens e dados financeiros que juntos perfazem uma retrospectiva dos eventos realizados pelo Pimp e de seus resultados. Estas informações têm a finalidade de uma prestação de contas pública, gerando maior credibilidade junto a potenciais doadores e àqueles que já contribuem com os eventos, tanto por meio de doação monetária ou de artigos para uso com os catadores. É possível perceber então que há um hibridismo entre as formas e os meios de transferência da informação entre os vários atores do Pimp, em que o multidirecionamento emerge como sua principal resultante e que contribui para a transformação de laços fracos em fortes, como visto na subseção anterior, os quais, por sua vez, continuam a coexistir na rede Pimp.

7 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

As conclusões aqui apresentadas sobre o estudo de caso do Pimp my Carroça, retomam o questionamento inicial: “inclusão social em que tipo de mundo?” Esta pergunta, originada ainda na fase de pesquisa exploratória, foi sendo gradualmente delimitada à medida que as partes de um “quebra-cabeças” foram sendo encaixadas. A figura, que ainda não era possível enxergar com nitidez, reunia duas perspectivas complexas, porém complementares, que redundaram em dois percursos metodológicos. De um lado, a perspectiva da crise civilizatória, que tratou das questões sobre a justiça social e a exclusão social no paradigma desenvolvimentista em que estamos inseridos. De outro, a perspectiva da crise ecológica, cuja explicação reside no mesmo paradigma, e que juntas configuram o contexto em que se encontra o Pimp my Carroça e seus catadores de recicláveis.

Para atender o processo de compreensão destas perspectivas, foram realizadas as seguintes pesquisas como recurso metodológico:

a) uma pesquisa de campo, realizada por meio do método de *storytelling* com os organizadores do Pimp, primeiro, e depois com os catadores, para que se levantassem as visões de mundo de ambos os grupos e a sua percepção sobre a efetividade das atividades do Pimp no atendimento das expectativas, tanto de seus idealizadores, quanto de seus beneficiários;

b) a outra pesquisa, informacional, apoiou-se em levantamento documental e revisão bibliográfica sobre a área da ciência da informação, assim como nos dados da própria pesquisa de campo, possibilitando mapear os meios de comunicação e o trajeto da transferência de informação entre os atores do Pimp.

Uma revisão bibliográfica fundamentou a discussão sobre a crise civilizatória, que teve como função, neste estudo atuar como pano de fundo, contribuindo para contextualizar as atividades do Pimp e suas motivações, bem como fomentar uma visão crítica correlacionando, então, a crise ecológica, a justiça social e o paradigma produtivista.

Este estudo teve como objetivo geral, analisar a dinâmica informacional do Pimp my Carroça para compreender o tipo de inclusão que se pretendia para os catadores, beneficiados pelo projeto. Para tal, buscou levantar a visão dos catadores e dos ativistas do Pimp, e especificamente, objetivou: pesquisar a história do projeto, seus objetivos, *operação* e atores, e as atividades de disseminação de sua ideologia sob uma perspectiva informacional; situar a inclusão proposta pelo projeto em relação à temática da crise ecológica e da crise civilizatória, discutindo o paradigma produtivista e a inovação inclusiva; por fim, identificar e categorizar

visões de mundo de ativistas do Pimp my Carroça, confrontando-as para compreender as expectativas de cada grupo em relação ao projeto, ao tipo de inclusão pretendida.

A pesquisa informacional foi relevante para a compreensão dos modos de disseminação da ideologia do Pimp e consolidação de sua marca, mas sua principal contribuição neste estudo foi ajudar a revelar, por meio do mapeamento das conexões da rede Pimp e seus fluxos informacionais, se havia integração entre a visão de mundo dos idealizadores do projeto e as visões de mundo dos catadores, as quais haviam sido identificadas e categorizadas por meio da pesquisa de campo. À luz dos resultados de ambas as pesquisas, a informacional e a de campo, e do referencial teórico, foi possível então atender os objetivos deste trabalho.

A análise dos dados da pesquisa de campo realizada mostrou que as visões de mundo dos organizadores e a dos catadores divergem, tanto de um grupo em relação ao outro, quanto dentro do próprio grupo de catadores. Enquanto os organizadores do Pimp my Carroça acreditam contribuir para a construção de uma atitude reflexiva por parte da sociedade sobre a atuação dos catadores como agentes ambientais, a maioria dos catadores não compartilha desta visão. Em extensão, ao almejar a valorização do papel dos catadores junto à sociedade, o Pimp acredita levá-los a uma ascensão social, um *lócus*, fundamentado na integração destes indivíduos marginalizados ao seio da sociedade, o que parece diferir significativamente do *lócus* almejado pelos próprios catadores, muito mais impreciso e indefinido. O Pimp tem ainda, o objetivo de gerar uma reflexão crítica na sociedade, que repercuta sobre o Estado, sobre o consumo exacerbado e a crescente produção de lixo, cobrando do governo uma postura mais ativa, e uma solução integrada com toda a sociedade para lidar com o problema ambiental em curso, o que é ratificado no documento “Manifesto Pimp”.

Os poucos catadores que dizem ter a mesma visão do Pimp, ou seja, a do reconhecimento de sua importância para a sociedade - reproduzem o discurso circulante entre os organizadores do projeto, o que é o caso do catador Rafael Santos, o “Seu Bahia”. Esta postura confere aos catadores “conscientes” destaque junto à mídia, atraída pelo engajamento ideológico destes excluídos sociais. Em suas entrevistas, estes catadores falam da necessidade de “conscientização” sobre o papel dos carroceiros e sobre a relevância do Pimp, e falam como se representassem todo o universo de carroceiros.

Por sua vez, a visão dos catadores revela que a maioria dos entrevistados está completamente desprovida de qualquer intenção ecológica ou ambiental, à exceção daqueles que reproduzem o mesmo discurso do Pimp e que são os mesmos que têm suas imagens usadas na divulgação do projeto nas redes eletrônicas.

A multiplicidade de visões revelada dentro do próprio grupo de catadores entrevistados foi expressa em seis categorias (ver quadro 2, p.68). Há a “elite do lixo”, os que adotaram um sistema de coleta domiciliar que atende regularmente a residências e empresas; há outros, com comportamento empreendedor, que pensam em terceirizar o serviço de coleta, comprando mais carroças e locando-as a outros catadores; há ainda os que prezam a liberdade de ir e vir, sem rumo, sem obrigações e compromissos com terceiros. Neste grupo, a adicção ao álcool e a narcóticos é um ponto em comum, e apenas alguns dizem sonhar com algo concreto para o futuro: uns em ter uma casa para morar, mesmo de aluguel, pois a maioria tem apenas o fundo da carroça como teto. Além destes há mais outros catadores que dizem não ter sonho ou objetivo nenhum, não têm visão. A questão da crise ecológica, ou mesmo especificamente, da produção exacerbada de lixo, não surge espontaneamente na fala de nenhum dos catadores acima, a não ser na narrativa dos “garotos-propaganda”, como foram classificados os catadores que ajudam a promover o Pimp. Ao contrário, sua visão sobre o tema foi sintetizada por um dos catadores entrevistados, ao explicar que: “quanto mais lixo, melhor”.

A segunda pesquisa, informacional, utilizou como instrumental metodológico a Análise de Redes Sociais para retratar as interações entre os atores do Pimp my Carroça, mapeando e caracterizando seus nós, conexões, canais e fluxos comunicacionais.

Quanto aos nós e conexões identificadas na ARS, verificou-se que o Pimp mobiliza a sociedade civil e os próprios catadores para integrarem o projeto por meio de redes eletrônicas, angariando doações em plataformas de *crowdfunding*, enquanto atrai voluntários e divulga os objetivos e realizações do projeto. A marca Pimp é disseminada para a sociedade por meio de estratégias que remetem a campanhas de marketing usadas no lançamento e promoção de produtos no mercado consumidor, com intensa utilização de imagens e vídeos sobre seus eventos. Identificou-se ainda que as interações realizadas de forma analógica, presencialmente, também contribuem para a disseminação da marca Pimp e mobilização para os eventos.

Entre os principais atores foram identificados os ativistas do Pimp, os catadores, a sociedade civil, os patrocinadores e o MNCR. Interações com maior e menor grau de frequência, e de alinhamento com os objetivos do projeto, caracterizaram a tipologia destas relações, classificadas em fracas e fortes, configurando o hibridismo que vem assegurando ao projeto uma expansão consistente de sua atuação pelo território nacional. Assim, enquanto cresce a adesão de novos simpatizantes e ativistas por meio de laços ou interações mais frouxas, é possível reconhecer o delineamento de um grupo mais nuclear, formado pelos

idealizadores do projeto e dos catadores mais engajados, que disseminam e reforçam a sua dimensão simbólica, através de um discurso compartilhado, alinhado com a ideologia Pimp.

Quanto à subsunção do Pimp my Carroça pelas forças do mercado, o idealizador Thiago Mundano diz não desejar sofrer restrições ou assumir compromissos e obrigações com algum patrocinador, seja da esfera pública ou privada, mesmo que isto assegure a manutenção do projeto. No entanto, parece inevitável que interesses surjam em torno da exploração da marca Pimp my Carroça, e que mesmo evitando laços efetivos com seus colaboradores, o Pimp acabe refém dos modos de cooptação mais comuns em situações de patrocínio, como a veiculação das marcas dos patrocinadores em seus documentários e demais materiais de divulgação do projeto. Esta é a contrapartida do Pimp para as empresas que contribuem com o projeto, seja através da doação de recursos financeiros, de material a ser doado aos catadores, como é o caso das óticas ao doarem óculos, ou ainda da cessão de voluntários (de podologia e corte de cabelo, por exemplo) para prestarem atendimento aos catadores no dia do evento.

À luz do referencial teórico, o presente estudo também promoveu uma reflexão crítica sobre a exclusão social e o consumismo num paradigma de crise ecológica, e a função dos projetos de inclusão social, neste contexto, conhecidos como “inovação inclusiva”. A pesquisa de campo e da análise informacional vis-à-vis o referencial teórico permitiu contextualizá-lo no atual paradigma da crise civilizatória. Esta crise que atravessa as dimensões sociais e econômicas e incide, contundentemente, sobre populações excluídas em nações por todo o planeta, sem acesso a condições dignas de subsistência, vem cada vez mais transformando o lixo em uma fonte de sobrevivência para os indivíduos que mais estão à margem da distribuição da riqueza.

À medida que nações aumentam suas riquezas, controversamente, não diminuem sua população de excluídos que desordenadamente vivem das sobras produzidas neste paradigma produtivista/consumista, e que, involuntariamente, fazem chegar às suas mãos ao descartá-los inapropriadamente, seja por seu teor, seja por seu volume. As noções de cultura descartável proposta por Fontenelle (2013) e a de uma tendência patológica de crescimento exponencial da produção a que Bauman (2008) se refere, traduzem este cenário em que o consumo exacerbado e a substituição incessante de bens asseguram a sobrevivência daqueles que se encontram na base da pirâmide econômica. O reconhecimento da cidadania destes excluídos sociais neste paradigma está condicionado à sua capacitação para o consumo. Esta é a solução apresentada em inúmeras iniciativas de “inovação inclusiva” descritas em estudos de caso que se debruçam sobre o fenômeno da exclusão e suas causas. Em oposição à visão corrente, Sen

(2000) propõe uma alteração do emprego do termo “exclusão”, tradicionalmente vinculado à noção de pobreza, e da privação para vinculá-lo a causas relacionais e multidimensionais.

Sendo assim, a análise do Pimp my Carroça, seu *modus operandi*, objetivos, e suas estratégias de comunicação, fazem crer que o projeto se configura em uma inovação inclusiva de fato, sob a ótica da exclusão ligada à noção de privação a que Amartya Sen se refere, considerando ainda, que o projeto está totalmente aderido ao cenário desenvolvimentista ao ter como parceiros/patrocinadores, empresas que incentivam o consumo de bens por meio do emprego de aparato mercadológico para a promoção de bens e serviços. O nome Pimp funciona para as empresas parceiras, como um artifício de “esverdeamento” de seus negócios, conforme discutido previamente neste estudo, assegurando como retorno para os seus investimentos, a contrapartida da veiculação de suas marcas nas peças de comunicação do projeto Pimp my Carroça. Para atrair contribuições e assegurar sua sobrevivência e a disseminação do projeto, o Pimp acaba talvez involuntariamente, e provavelmente despercebidamente, por se deixar subsumir, ainda que parcialmente, pelas forças do mercado.

Desta forma, é possível perceber que os idealizadores do Pimp my Carroça lidam com uma contradição: a de incluir os catadores de recicláveis, no mundo que querem combater, o da crise ambiental, do consumismo, da sociedade do descarte. Esse problema cuja solução é complexa requer políticas mais gerais e mais informação para que a sociedade civil se empodere e pressione o Estado para que promova um planejamento de curto, médio e longo prazo que lide com, desde as questões emergenciais, como é o caso da negligência sobre o gerenciamento do lixo nas cidades, até aquelas que promovam um pacto entre sociedade civil e governo em prol da preservação dos recursos naturais. No entanto, a maior dificuldade reside em conciliar a necessidade emergencial de ações que combatam os efeitos da catástrofe ecológica já em curso, com a mudança de paradigma indispensável para refrear a crise e promover a efetiva justiça social. Um pacto entre a sociedade civil e o Estado, revendo as formas de utilização de recursos naturais e a preservação ambiental, é indispensável, mas ainda não é a solução definitiva.

O crescimento dos lixões é apenas o sintoma de um problema mais amplo e profundo em curso, o da desigualdade social, que tem suas raízes na distribuição desigual de riquezas, seja entre nações, ou entre populações de uma mesma nação. Na extremidade deste processo, de desenvolvimento desenfreado e injustiça social, está o consumismo e a incapacidade de se gerir adequadamente o lixo produzido cada vez em maiores volumes, alçando-nos da concepção teórica de uma sociedade de consumo para o de uma sociedade do descarte.

Recomendações

Durante a realização da pesquisa de campo com os organizadores e catadores do Pimp percebeu-se que uma terceira pesquisa de campo poderia vir a ser realizada, desta vez para levantar a visão de mundo dos voluntários do Pimp enquanto integrantes deste projeto. Uma entrevista não estruturada com apenas dois voluntários durante a última edição do Pimp na Virada Cultural, revelou que estes participantes aderiram ao projeto por seu desejo de fazer algo em prol do bem estar dos catadores, a quem viam como indivíduos discriminados pela sociedade. Não sabiam muito sobre a atuação do Pimp e seus objetivos: reformar a carroça de um catador para facilitar sua locomoção e “dar uma força no evento” aceitando o convite de um amigo, mesmo sem saber exatamente do que se tratava, foram as razões reveladas pelos dois voluntários entrevistados.

Como esta não era uma amostra representativa da população de voluntários do projeto, e na fase inicial deste estudo só estavam previstas duas pesquisas de campo – uma com os idealizadores do Pimp, e outra com os catadores – é desejável que mais adiante se avalie a necessidade de realizar a entrevista com uma amostra representativa dos voluntários. O objetivo desta nova pesquisa seria conseguir detectar o quanto os objetivos do idealizador do Pimp estão sendo efetivamente comunicados e entram em consonância com a equipe do projeto. Isto pode ser relevante para demonstrar que o objetivo de inclusão do idealizador do Pimp almejado para os catadores talvez não tenha ressonância na própria equipe de voluntários, os quais apesar de estarem engajados no projeto, podem ter intenções bem mais pontuais e modestas.

REFERÊNCIAS

ANDERSEN, A. D.; JOHNSON, B. **Learning, innovation and inclusive development: new perspectives on economic development strategy and development aid.** GlobelicsThematic Report 2011/2012. 2012. Disponível em: <http://www.globelics.org/wp-content/uploads/2012/11/GLOBELICS2012_1_Indhold_TRYK-copy.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2014.

ANTOUN, H. Cooperação, colaboração e mercado na cibercultura. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, dezembro, 2006. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: <www.compos.com.br/e-compos>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ATKINSON, A. B. On the Measurement of Poverty. *Econometrica*, v.55, p. 749-764. Julho, 1987. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1911028>>. Acesso em: 9 jul. 2014.

_____.; BRANDOLINI, A. On analyzing the world distribution of income. The World Bank Economic Review, p.1–37, 8 jan.2010. Disponível em: <[http://darplse.ac.uk/papersdb/Atkinson-Brandolini_\(WBER_10\).pdf](http://darplse.ac.uk/papersdb/Atkinson-Brandolini_(WBER_10).pdf)>. Acesso em: 15 jul.2014.

BAIR, J. Supporting cooperative work with computers: addressing meetingmania. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DA SOCIEDADE DE COMPUTAÇÃO, 34º, São Francisco, fev./mar. 1989, p.208-217. Disponível em: <<http://ieeexplore.ieee.org/xpl/login.jsp?tp=&arnumber=301929&url=http%3A%2F%2Fieeexplore.ieee.org%2Fiel2%2F231%2F7454%2F00301929.pdf%3Farnumber%3D301929>>. Acesso em: 7 jul. 2014.

BARRETO, A. As palavras voam, a escrita permanece: a aventura do hipertexto. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/123456789/168>>. Acesso em: 13 fev. 2015.

_____. O sonho de um documento universal. Disponível em: <<https://aldobarreto.wordpress.com>>. Acesso em: 7 fev.2015.

_____. Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica. Ciência da Informação, Brasília, v. 27, n. 2, 1998, p.122-127. Acesso em: 06 fev.2015.

BAUMAN, Z. Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BESSON-GIRARD, J.C. Por uma conversão antropológica: o decrescimento é a saída do labirinto. In: LÉNA, P; NASCIMENTO, E.P. (Org.). Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p.371-379.

BOBBIO, N. O conceito de sociedade civil. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

BORKO, H. Information Science: what is it? ABI/INFORM Global, p.3, 1968. Disponível em: <<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/6699/2/Borko.pdf>>. Acesso em: 14 fev.2015.

BOWLES, S.; GINTIS, H. The Inheritance of Inequality. The Journal of Economic Perspectives, v.16, n.3., p.3-30, Summer, 2002. American Economic Association. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/3216947>>. Acesso em 16 jul. 2014.

BRANDOLINI, A.; SMEEDING, T.M. Patterns of economic inequality in western democracies: some facts on levels and trends. Political Science and Politics. v.39, n.1, jan.2006. Disponível em: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/20451671?uid=3737664&uid=2&uid=4&sid=21104057173151>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

CAMPOS, M. Um bom exemplo para os condomínios de Curitiba. Gazeta do Povo online. 27 jun. 2013. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/colunistas/conteudo.phtml?id=1412076&tit=Um-bom-exemplo-para-os-condominios-de-Curitiba>>. Acesso em 23 abr.2014.

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multi-culturais da globalização. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.

CARMINATTI, N. A. Recuperação coletiva do conhecimento aplicada a situações de emergência. Rio de Janeiro, Instituto de Matemática / NCE. Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2006.

CASTELLS, M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society. International Journal of Communication. California, v.1, 2007, p.238-266. Disponível em: <<http://ijoc.org>>. Acesso em 21 jul. 2014.

_____. **A sociedade em rede**. ed.4. São Paulo: Paz e terra, 2000. vol. 1.

_____; CARDOSO, G. A sociedade em rede: do conhecimento à política. Conferência ao Presidente da República, Belém, Casa da Moeda, 2005.

_____. The information age: economy, society and culture. Massachussets: Blackwell, 2000. v.1.

CECHIN, A. Georgescu-roegen e o desenvolvimento sustentável: diálogo ou anátema? In: LÉNA, P; NASCIMENTO, E.P (orgs.). **Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p.349.

CHATAWAY, J.; HANLIN, R.; KAPLINSKY, R. Inclusive innovation: an architecture for policy development. **IKD Working Paper**, v.65, Mar., 2013. Disponível em: <<http://www.open.ac.uk/ikd/documents/working-papers/ikd-working-paper-65.pdf>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

CHESNAIS, F. Alguns marcos teóricos e políticos para a construção de uma postura ecológica revolucionária. In: LÉNA, P; NASCIMENTO, E.P (orgs.). **Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p.157.

COSTA, A. C. R.; MONTEIRO, D. C.; GUIDOLIN, S. M. Inovação nos setores de baixa e média tecnologia. **BNDES Setorial**, v.33, p. 379-420, março, 2011. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Publicacoes/Consulta_Expressa/Setor/Investimentos/201103_11.html>. Acesso em 27 jul. 2014.

CONSTANZA, R.; et al. Beyond GDP Measuring and achieving global genuine progress. Ecological economics. sept 2013. p. 57-68. vol 93.

COZZENS, S.; JUDITH, S. Innovation in informal settings: a research agenda. *Econpapers*. v.4, Jul., 2012. Disponível em: <<http://econpapers.repec.org/scripts/redir.pf?u=http%3A%F%2Fhdl.handle.net%2F10.1080%2F2157930X.2013.876803;h=repec:taf:riadxx:v:4:y:2014:i:1:p:5-31>>. Acesso em: 17 jul. 2014.

DANTAS, M. Trabalho com informação: valor, acumulação, apropriação nas redes do capital. Rio de Janeiro, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da UFRJ, 2012.

EDQUIST, C. Systems of innovation approaches: their emergence and characteristics. In: EDQUIST, C. (Org.). **Systems of innovation: technologies, institutions and organizations**. London: Pinter Publishers/Cassell Academic, 1997. p. 1-35.

ESCALFONI, R. E. L., et al. A method for capturing innovation features using group *storytelling*. *Expert Systems with Applications*. 2010. doi:10.1016/j.eswa.2010.05.008.

FLEURBAEY, M. Equality and responsibility. European Economic Review, France, v.39, p.683-689, 1995. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/5k4dd1rvsnjj-en>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

FONTENELLE, I. A. O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável. São Paulo: Boitempo: Fapesp, 2013.

FREEMAN, C. The greening of technology and models of innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 53, 27-39. Mar. 1996.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties: a network theory revisited. **Sociological Theory**, v.1, p. 201-233. 1983. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/202051>>. Acesso em: 1 ago. 2014.

GREEF, A.C.; FREITAS, M.C.D. Fluxo enxuto de informação: um novo conceito. Perspectivas em Ciência da Informação, v.17, n.1, p.37-55, jan./mar. 2012.

GUTH, M. Innovation, Social Inclusion and Coherent Regional Development: a new diamond for a socially inclusive innovation policy in regions. **European Planning Studies**, v.13, 2005. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0965431042000321866?journalCode=ceps20#.U9cXu-NdWSo>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

HEEKS, R.; AMALIA, M.; KINTU, R.; SHAH, N. Inclusive Innovation: definition, conceptualisation and future research priorities. **Development informatics working paper series**, v.53, 2013. Disponível em: <<http://www.seed.manchester.ac.uk/subjects/idpm/research/publications/wp/di/>>. Acesso em: 17 jul. 2014.

SILVA, S.P.; GOES, F.L.; ALVAREZ, A.R. Situação Social das Catadoras e dos Catadores de Material Reciclável e Reutilizável Brasil. Brasília: IPEA, 2011. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/situacao_social/131219_relatorio_situa_caosocial_mat_reciclavel_brasil.pdf>. Acesso em: 3 mai. 2015.

JAPIASSÚ, H. Interdisciplinaridade e patologia do saber. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

KAUFMAN, D. A força dos laços fracos de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. **Galaxia: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**. São Paulo: PUC, v.23, p.207-218, jun.2012. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/5336>>. Acesso em: 13 jun. 2014.

LATOUCHE, S. O decrescimento: porque e como? In: LÉNA, P; NASCIMENTO, E.P. (Org.). **Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p.45.

LÉNA, P; NASCIMENTO, E.P. Os limites do crescimento econômico e a busca pela sustentabilidade: uma introdução ao debate. In: _____ (Org.). **Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p.23.

LÉVY, P. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1992.

LIMA, W.D. Gestão da cadeia de valor da inovação em empresas low-tech. 2011. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo. 2011. p.248.

LÖWY, M. Crise ecológica e crise de civilização: a alternativa ecossocialista. In: LÉNA, P; NASCIMENTO, E.P (Org.). **Enfrentando os limites do crescimento: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p.147.

_____. O que é o virtual? São Paulo: Editora 34, 1996.

MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

MARX, K. O capital: crítica da economia política. Livro. São Paulo: Boitempo, 2013.

MARLIER, E.; ATKINSON, A. B. Indicators of poverty and social exclusion in a global context. **Journal of Policy Analysis and Management**, v.29, p.285–304, 2010. Disponível em: <www.interscience.wiley.com>. Acesso em: 9 jul. 2014.

MARTELETO, R. M.; TOMAEL, M. I. A metodologia de análise de redes sociais. In: VALENTIM, M. L. P. Métodos qualitativos de pesquisa em Ciência da Informação. São Paulo : Polis, 2005. p. 81-100

_____. Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciência da informação. Pesquisa Brasileiras em Ciência da Informação, Brasília, v.3, n.1,p.27-46, jan./dez. 2010.

MOLLICK, E. The dynamics of crowdfunding: an exploratory study. **Journal of Business Venturing**, v.29, p.1–16, Aug. 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>>. Acesso em 21 jul. 2014.

MORIN, E. Os sete saberes necessários à educação do futuro. 2. ed. Trad. Catarina Eleonora F. da Silva e Jeanne Sawaya. Brasília, DF: UNESCO, 2000.

MOVIMENTO nacional dos catadores de lixo. *website*. Disponível em: <<http://www.mncr.org.br/>>. Acesso em: 08 ago. 2014.

MUNICÍPIOS pedem mais prazo para se adaptarem à Política Nacional de Resíduos Sólidos. Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/economia/noticia/2014/07/municipios-pedem-mais-prazo-para-se-adaptarem-a-politica-nacional-de-residuos-solidos-4564958.html>>. Acesso em 11 fev. 2015.

PANORAMA dos resíduos sólidos no Brasil 2013. Disponível em: <<http://www.abrelpe.org.br/Panorama/panorama2013.pdf>>. Acesso em: 08.08.2014.

PAUNOV, C. **Innovation and inclusive development**: a discussion of the main policy issues. In: OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2013/01. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/5k4dd1rvsnjj-en>>. Acesso em 18 jun. 2014.

PICCHI, F. *Leanthinking* (mentalidade enxuta) aplicada à construção. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE GESTÃO DA QUALIDADE, 2., 2001, Fortaleza. Anais... Fortaleza: Editora Eletrônica Nordeste, 2001. CD-Rom.

PIMP MY CARROÇA. *website*: disponível em: <<http://www.pimpmycarroca.com/>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

_____. Página de blog. Disponível em: <<http://www.pimpmycarroca.com/blogpimp>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

_____. Página no site de financiamento coletivo Catarse. Disponível em: <<http://catarse.me/pt/pimpmycarroca>>. Acesso em: 18 abr. 2014.

_____. Exposição de catadores de lixo no Museu da Imagem e do Som de São Paulo: <http://www.mis-sp.org.br/icox/icox.php?mdl=mis&op=programacao_interna&id_event=1020http://expocatadores.com.br/>. Acesso em: 18 abr. 2014.

PIMP MY RIDE *website*. Disponível em: <http://www.mtv.com/shows/pimp_my_ride>. Acesso em: 20 mar. 2015.

PINHEIRO, M. M. S. **As liberdades humanas como bases do desenvolvimento**: uma análise conceitual da abordagem das capacidades humanas de Amartya Sen. Rio de Janeiro : IPEA, 1990.

PINHEIRO, L.V.R.; LOUREIRO, J.M.M. Traçados e limites da ciência da informação. **Revista da Ciência da Informação**. v.24, 1995. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/out04/Art_01.htm>. Acesso em: 13 fev. 2015.

_____. **Campo interdisciplinar da ciência da informação: fronteiras remotas e recentes**. In: PINHEIRO, L.V.R (Org.). *Ciência da informação, ciências sociais e interdisciplinaridade*. Rio de Janeiro: IBICT, 1999.

_____. Desdobramentos disciplinares, interdisciplinaridade e trans-disciplinaridade. In: GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M.N. et al. (Org.). *Políticas de memória e informação*. Natal: EDUFRRN, 2006. p.111-142. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/123456789/18>>. Acesso em: 13 fev. 2015.

POMBO, O. Interdisciplinaridade e integração dos saberes. *Liinc em Revista*, v.1, n.1, p.3-15. mar. 2005. Disponível em: <<http://www.ibict.br/liinc>>. Acesso em: 13.02.2015.

PORTILHO, F. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2010.

PRUSAK, R.C.L.; PARKER, A. **Where work happens: the care and feeding of informal networks in organizations**. IBM Institute for Knowledge-based Organizations. Massachusetts. mar. 2002. Disponível em: <http://coin.wne.uw.edu.pl/~lhardt/iko_wwh.pdf>. Acesso em: 14 fev., 2015.

PUTNAM, R.D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna**. Tradução de Alberto Monjardim. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

RAVALLION, M. Income inequality in the developing world. *Science*, n. 344. may, 2014. Disponível em: <<http://www.sciencemag.org/cgi/collection/economics>>. Acesso em: 16 jun. 2014.

ROEMER, J. E. On several approaches to equality of opportunity. *Economics and philosophy*. v.28, p.165-200, 2012. Disponível em: <http://journals.cambridge.org/abstract_S0266267112000156>. Acesso: em 16 jul. 2014.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Coleção Ciberultura.

SEN, A.K. **From income inequality to economic inequality**. In: REUNIÃO ANUAL DA SOUTHERN ECONOMIC ASSOCIATION, Washington D.C., 1996. **Southern Economic Journal**, Massachusetts: Harvard University Press, 1997. p.384-401.

_____. Social exclusion: concept, application, and scrutiny. **Social Development Papers**, v.1. june, 2000. Asian Development Bank.

SHIRKY, C. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SPAARGAREN, G. The ecological modernization of social practices at the consumption junction. In: CONFERÊNCIA ISA-RC-24. **Consumo sustentável e sociedade**. Wisconsin: 2-3 june, 2006.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

_____; WILLIAMS, A.D. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TRAILER oficial do documentário cidade cinza. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yNSLpmcfy0g>>. Acesso em: 18 abr. 2014.

TUBELLA, I. Televisão e internet na construção da identidade. CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Org.). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. ed.4. São Paulo: Paz e terra, 2000. vol. 1. p.281.

VEIGA, J.E.; ISSBERNER, L.-R. Decrescer crescendo. In: LÉNA, P; NASCIMENTO, E.P. (Org.). **Enfrentando os limites do crescimento**: sustentabilidade, decrescimento e prosperidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2012, p.107.

WATTS, D. J. **Six degrees**: the science of a connected age. New York: W.W. Norton&company, 2003.

WEISSBERG, J. **Entre produção e recepção**: hipermediação, uma mutação dos saberes simbólicos. In: COCCO, G.; GALVÃO, A.P.; SILVA, G. **Capitalismo cognitivo**: trabalho, redes e inovação. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. Col. Espaços do desenvolvimento.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T. **Lean thinking**: banish waste and create wealth in your corporation. New York: Freepress, 2003.

APÊNDICES

APÊNDICE A - ROTEIRO PARA CONDUÇÃO DO *STORYTELLING* DA PESQUISA DE CAMPO COM IDEALIZADORES DO PIMP MY CARROÇA

Objetivo geral

O objetivo geral é identificar qual é a visão do idealizador do Pimp my Carroça sobre a atual condição dos catadores de recicláveis e sua visão futura, que inclui seus objetivos, seja de inclusão ou ascensão social para este grupo, e valores, para mais adiante, confrontá-la com a dos próprios catadores. Isto deverá ajudar a recortar melhor a questão de pesquisa do presente estudo.

Dentre os objetivos específicos, pretende-se identificar:

- O que o Pimp (você e demais organizadores) gostaria de alcançar para os catadores: inserção social, por exemplo?
- Que tipo de inserção?: reconhecimento da sociedade; ascensão econômica, maior poder de consumo, consciência ambiental?
- Qual é a contribuição efetiva do projeto Pimp para que alcancem este(s) objetivo(s)?

População: Equipe (idealizadores) do Projeto Pimp my Carroça.

Data de realização: 06.03.14.

Perguntas:

1. Como surgiu o Pimp?
2. Como conseguiu recurso financeiro inicialmente?
3. Quem são os integrantes (fixos ou não) e como estão organizados?
4. Tem alguma proposta ambiental ou o foco são os catadores?
5. Quais são os objetivos do Pimp para os catadores? (dependendo da resposta, perguntar ainda: - e depois? para tentar verificar se ele vê algum tipo de benefício mais longo ou permanente do Pimp para os catadores);
6. Quantos eventos já ocorreram e quantos ainda deverão realizar?
7. Gostaria de receber contribuição, regular de alguma instituição ou de empresa patrocinadora? (de acordo com a resposta, perguntar ainda, o motivo).

APÊNDICE B - ROTEIRO PARA CONDUÇÃO DO *STORYTELLING*; PESQUISA DE CAMPO 2 COM OS CATADORES DE LIXO

Objetivo

O objetivo geral é identificar qual é a visão dos catadores sobre sua atual condição como catador de recicláveis, e sua visão futura, que inclui seus objetivos e valores, seja de inclusão ou ascensão social, para mais adiante, confrontá-los com a dos idealizadores do Pimp.

Dentre os objetivos específicos, pretende-se identificar:

- O que os catadores gostariam de alcançar com seu trabalho: inserção social, por exemplo?
- Que tipo de inserção?: reconhecimento da sociedade; ascensão econômica, maior poder de consumo, consciência ambiental?
- Qual é a contribuição efetiva do projeto Pimp para que alcancem este(s) objetivo(s)?

População: catadores de recicláveis presentes ao evento do projeto Pimp my Carroça.

Data de realização: 17.05.14 das 8 às 18hs (durante o Viradão Cultural de SP).

Local: Praça da Luz, São Paulo, SP.

Perguntas:

1. Qual é o seu nome?
2. Trabalha há muito tempo como catador de recicláveis, desde quando? Por quê? O que fazia antes?
3. Há mais gente na sua família que vive disso?
4. Qual é a parte mais difícil do seu trabalho, pra você?
5. E o que vc viu neste evento de hoje? Recebeu algum tipo de atendimento?
6. Vc acha que isso vai te ajudar no seu trabalho? Como? (dependendo da resposta, perguntar ainda: - e depois? para tentar verificar se ele vê algum tipo de benefício mais longo ou permanente, associado ao atendimento que recebeu durante o evento);
7. Já esteve antes em outro evento como este? Há quanto tempo?
8. Mudou alguma coisa no seu trabalho ou na sua vida depois disso? O quê?
9. O que você acha de ser catador?
10. Qual é o seu sonho? O que gostaria que acontecesse pra você ou sua família?
11. Como você acha que este tipo de evento pode ajudar vocês a conseguir isto?
12. Quem vc acha que mais ajuda o trabalho do catador (prefeitura? ONG? Outro?).

APÊNDICE C - CATEGORIAS DE PATROCÍNIO PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA EVENTO DO PIMP MY CARROÇA VIA CROWDFUNDING

QUADRO 5 – CATEGORIAS DE PATROCÍNIO PARA EVENTO DO PIMP

Para R\$15 ou mais	Para R\$50 ou mais	Para R\$200 ou mais	Para R\$500 ou mais	Para R\$3.000 ou mais	Para R\$5.000 ou mais	Para R\$10.000 ou mais
AGENTE AMBIENTAL: Crédito no documentário sobre o evento	RECAUCHUTADOR DE CARROÇAS: Crédito no documentário + 1 adesivo do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil	PIMPADOR DE CARROÇA: Crédito no documentário + 1 adesivo do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil + 1 camiseta de membro da equipe do PIMP MY CARROÇA feita com garrafa pet reciclada	GRAVURA "Pimp My Carroça": Crédito no documentário + 1 adesivo do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil + 1 camiseta de membro da equipe do PIMP MY CARROÇA feita com garrafa pet reciclada + 1 Gravura do PIMP MY CARROÇA doadas e assinadas pelo grafiteiro Mundano com tiragem de apenas 100 unidades impressas em papel reciclado	PAINEL ORIGINAL DO VIDEO: Crédito no documentário + 2 adesivo do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil + 2 camisetas de membro da equipe do PIMP MY CARROÇA feita com garrafa pet reciclada + 1 Gravura do PIMP MY CARROÇA doadas, numeradas e assinadas pelo grafiteiro Mundano + Painel original utilizado na filmagem do vídeo do PIMP MY CARROÇA	ESQUITURA DE CARROÇA: Crédito no documentário + 3 adesivos do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil + 3 camisetas de membro da equipe do PIMP MY CARROÇA feita com garrafa pet reciclada + 1 Gravura do PIMP MY CARROÇA doadas, numeradas e assinadas pelo grafiteiro Mundano + tela produzida pelo Mundano especialmente para o políador	DEFENSOR DOS CATADORES: Crédito no documentário + 3 adesivos do PIMP MY CARROÇA de 3 cores em Vinil + 3 camisetas de membro da equipe do PIMP MY CARROÇA feita com garrafa pet reciclada + 1 Gravura do PIMP MY CARROÇA doadas, numeradas e assinadas pelo grafiteiro Mundano + tela produzida pelo Mundano especialmente para o políador

Fonte: Autora, 2014.

APÊNDICE D – LINHA DO TEMPO DAS OCORRÊNCIAS DO PIMP MY CARROÇA

QUADRO 6 – EDIÇÕES DO PIMP MY CARROÇA

<u>1ª edição: 12.06.2012</u> <u>São Paulo</u>	<u>2ª edição: 12.06.2012</u> <u>Rio +20 (RJ)</u>	<u>3ª edição: 02.11.2013</u> <u>Curitiba</u>	<u>4ª edição: 17.05.2014</u> <u>Virada Cultural SP</u>
- 50 catadores - 150 voluntários - 792 <i>crowdfunders</i> - R\$63.950,00 (bruto)	- 19 catadores - voluntários - Financiado com saldo da 1ª edição.	- 29 catadores - 175 voluntários - 526 <i>crowdfunders</i> - R\$44.888,00 (bruto)	- 42 catadores - 127 voluntários - Apoiado com verba da prefeitura de SP .

Fonte: Autora, 2014.

ANEXOS

ANEXO A - CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DO PIMP NOSSO ECOPONTO

Fonte: www.catarse.me/pt/pimpmycarroca.

ANEXO B – VOLUNTÁRIOS REFORMAM CARROÇA NO PIMP CURITIBA



Fonte: Gazeta do povo online.

ANEXO C – MOSAICO DE FOTOS NA *FANPAGE* DO PIMP MY CARROÇA

Fonte: Facebook, 2015.