

## **O PDV SUBURBANO: O consumo de mercadorias roubadas como meio de se inserir a um status social<sup>1</sup>**

Fernando Martins Oliveira NASCIMENTO<sup>2</sup>

Ana Paula M. P. de VILHENA<sup>3</sup>

### **RESUMO**

A receptação é um crime previsto por Lei Federal, mas mesmo com esse argumento jurídico a compra de itens roubados acaba crescendo cada dia mais na sociedade atual, e criado um novo segmento de compra que já está sendo bem debatido e fiscalizado pelas autoridades. Entretanto a prática do roubo é uma ferida que aumenta cada vez mais em nosso meio social, com o avanço das comunicações e padrões de massa, a vontade pelo consumo exacerbado aumenta significativamente deixando rastros duvidosos, em meio a tanta desigualdade socioeconômicas, com isso o objetivo geral do trabalho é entender o porquê do indivíduo optar pela prática do consumo de bens ilícitos apenas para se encaixar em determinada classe ou para possuir determinado status social.

**PALAVRAS-CHAVE:** status social; roubo; bens ilícitos. consumo.

### **1 INTRODUÇÃO**

Imagine comprar seu próprio celular minutos após o roubo: isso aconteceu comigo há um tempo atrás. Em meu cotidiano, vivencio várias atividades de ambas as partes. Como morador da periferia de Marituba há 18 anos, já convivi com pessoas que fazem da receptação de produtos roubados um comércio legal, assim como convivo com pessoas que roubam celulares para o seu comércio quase que imediato. A venda de celulares roubados é muito fácil de se presenciar nas

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, orientado pela Professora Dra. Ana Paula Vilhena.

<sup>2</sup> Graduando Do Curso De Comunicação Social: Publicidade e Propaganda- Faculdade Estácio Do Pará E-mail: Feemartinz@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Docente da Faculdade Estácio do Pará, Doutora em Educação (UNESA/RJ), Mestre em Ciências Sociais (UFPA) e Graduada em Comunicação Social (UFPA). Email: ana.pvilhena@estacio.br



regiões periféricas de cada cidade, como no dia em que fui vítima de um assalto em meu bairro e, por fim, acabei comprando do próprio criminoso o celular que há minutos atrás havia sido roubado de mim.

O consumismo impulsionado pelo sistema capitalista em que vivemos acaba transformando esse mercado de produtos interceptados em um grande negócio. No final do século XIX e início do século XX, a sociedade capitalista industrial desenvolveu-se significativamente, atingindo níveis elevados de produção e avançando, assim, para o que chamamos de sociedade de consumo. A partir de então, a indústria passou a investir em estratégias agressivas de venda, visando o escoamento do excesso de produção, em geral superior à procura. Esta fase do capitalismo industrial determinava, de acordo com Lipovetsky&Seroy (2015, p. 95): “a lei, aqui, é a da padronização em massa, da redução dos custos e das margens”.

A gestão da produção em larga escala, aprimorada por Henry Ford com as esteiras de produção, privilegiava uma estratégia de produção em larga escala de produtos homogêneos, focadas na diminuição dos preços unitários. E assim o consumo acabou por tornar-se um verdadeiro império na vida moderna.

Através disso identificamos a grande problemática em questão, o que estamos dispostos a fazer para nos enquadrar nesses padrões de consumo atual?

De que forma essa generalização do status social faz com que os jovens das periferias possam comprar produtos roubados ou até mesmo efetuar o roubo apenas para se ver dentro de determinado status social, que por vista não pertence ao nicho econômico onde naturalmente ele deveria estar inserido.

Com o decorrer do tempo a produção industrial e a cultura fazem parte de um só universo. Com o passar do tempo e o amadurecimento de novas técnicas de consumo, esses dois mundos vivem quase que naturalmente conciliados, hoje o que define esse capitalismo são as tendências de beleza, produtos, gostos de vários nichos e outras atribuições que alavancam essa industrialização direcionada (LIPOVETSKY, 2015).

Do esgotamento do sistema de produção em massa às novas estratégias da indústria para equilibrar produção, consumo e concorrência, a sociedade atual está entregue a um processo de consumo imediato, se deixando levar por novas tendências, novos hábitos de consumo e novas práticas de uso de mercadorias, porém, até que ponto esses novos hábitos interferem em nossa cultura?

Segundo Roberto da Matta, em seu artigo “Você tem cultura?” (1981, pag. 03)



No sentido antropológico, portanto, a cultura é um conjunto de regras que nos diz como o mundo pode e deve ser classificado. Ela, como os textos teatrais, não pode prever completamente como iremos nos sentir em cada papel que devemos ou temos necessariamente que desempenhar, mas indica maneiras gerais e exemplos de como pessoas que viveram antes de nós os desempenharam. Mas isso não impede, conforme sabemos, emoções. Do mesmo modo que um jogo de futebol com suas regras fixas não impede renovadas emoções em cada jogo.

Algumas críticas feitas por estudiosos que falam sobre essa nova sociedade de consumo, afirmam se tratar de uma nova classificação de consumo que aos poucos vem se rendendo frente as forças do sistema capitalista e que, portanto, seus critérios e bases suas culturais estão submetidos as criações postas ainda mais ao alcance do consumidor no seu dia a dia.

O pensador e estudioso das culturas de consumo Jean Baudrillard (2008), que tem seu slogan “já não consumimos coisas, mas somente signos”, dialoga desta forma com base em que o consumo está muito além de possuir bens materiais duráveis ou não duráveis, esse possuir está diretamente ligado ao signo que é a representação de algo, ou seja ter um produto ou serviço é meramente a representação de status.

Essa nova sociedade consumista é uma descendência de um século passado onde foi iniciado esse processo, com base nisso seria quase que desleal achar que essa nova geração não se apropriaria desse novo estágio do consumo, com isso essa projeção de consumo está aumentando desenfreadamente e com toda certeza ira acarretar em um futuro próximo um novo dilema (Gardner, Assadourian e Sarin, 2004: 4).

As práticas de consumo não estão restritas apenas aos pontos de venda físico, ou seja, às lojas, supermercados, departamentos, conveniências, pontos fixos, ou no comércio meramente tradicional, onde existe um “produtor” de uma “matéria”, o “lojista” e o consumidor final. No meio dessa trilogia existem interferências de ciclo que formam novos membros para essa teia de consumo. Trata-se do que eu chamarei, neste artigo, de “ponto-de-venda (PDV) suburbano”.

O “PDV SUBURBANO” em que faço referência neste artigo está ligado a uma semelhança entre os pontos comerciais legais onde há uma pratica saudável de compra e venda de mercadorias de uma certa demanda social com o mundo das demandas sociais que são alimentados por atos não saudáveis como o roubo e a receptação desses itens ilícitos que mais especificamente são vistos com mais clareza e frequência nos subúrbios da sociedade.

Segundo o Art.180, da Lei Federal 9.426, de 1996, Decreto Lei nº2.848 de dezembro de 1940,

Adquirir, receber, transportar, conduzir ou ocultar, em proveito próprio ou alheio, coisa que sabe ser produto de crime, ou influir para terceiros, de boa-fé, a adquirir, receber ou oculte, é crime, com pena de até quatro anos de reclusão.

Mesmo sendo crime previsto por lei, o consumo de produtos roubados, a normalidade desse hábito, virou rotina em meio a sociedade atual: nunca foi tão simples comprar um item por menos de 1/3 do preço que vale em seu ponto-de-venda original. Este produto, o original, tem um custo inacessível a determinadas classes sociais.

O Brasil, entre os países da América Latina, tem a terceira maior taxa de roubos: são 572,7 a cada 100 habitantes, ficando atrás apenas da Argentina (973,3 roubos a cada 100 mil habitantes) e México (688 a cada 100 mil habitantes). (Jornal O Globo, 2013).

Esses produtos são consumidos, na maioria das vezes, nas periferias das cidades de nosso País, tendo como exemplo o consumo de carros e motos em zonas interioranas onde a fiscalização é menos frequente. A compra desses veículos derivados de roubo é uma prática comum, segundo levantamento feito pela Polícia Rodoviária Federal (2018).

Só no Brasil, o prejuízo de tantos roubos, implica em uma média de 24 bilhões de reais perdidos pelos afetados, que gera uma colisão direta na economia de uma cidade, pois com o índice de insegurança tão elevado em certas regiões, principalmente nas regiões suburbanas, o consumidor acaba se retraindo ao consumo de determinado item ou serviço ofertado por não conseguir se deslocar até determinado local, deixar de consumir por já prevê um suposto incidente.

Esse conflito de hábitos de consumo reflete de forma direta na sociedade que, por sua vez, acaba confundindo seus valores, comparando cultura a bens materiais, fazendo ligações entre status a aquisição de valores. Cultura é muito mais que simplesmente possuir algo: muitas vezes esse “possuir” é decorrente de atos ilegais como a receptação. Mas a cultura de uma sociedade está relacionada ao seu conhecimento e atitudes atribuídos a éticas (Da Matta, 1981).

Até que ponto estamos alimentando essas atividades apenas por necessidade de status e sensação de pertencimento a certos grupos sociais?

Pertencer a esse status social gera consequências quando nos deparamos com tanta desigualdade socioeconômica, e tanta igualdade informacional.

Existe um conceito em torno de tanto consumo imediato da sociedade contemporânea. Essa

nova forma de consumo age de forma educativa em um meio cultural, gerando seres “Híbrido”, esse ser híbrido e uma nomenclatura para definir o indivíduo que se preenche com várias referências e várias culturas gerando um ser humano com diversas influencias e que é dependentes das novas tendências sociais para continuar seu processo de formação de sua personalidade social, pessoas que são moldadas através dos novos hábitos que são inseridos a cada momento em nossas mentes, através das múltiplas plataformas de informação, a mobilidade informativa, que tem um conjunto de ligação com a publicidade e que está cada vez mais frequente, e cada vez mais eficiente, tendo seu público- alvo em vista porém com tanta abrangência na recepção da informação, acaba atingindo a massa em geral, gerando um novo conceito de vida a cada segundo (GIROUX, 1995).

Ao transitar pelo mundo do consumo ilegal das periferias e baixadas suburbanas, buscarei conhecer as “regras” de comportamentos e de convívios de determinados grupos sociais, suas formas de integração com esse status social, com o objetivo geral de entender até que ponto a necessidade exagerada em se enquadrar socialmente através de bens de consumo roubados altera comportamentos e modos de vida dos grupos observados.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 A Cultura da Periferia (ou do Subúrbio)**

Etimologicamente o subúrbio é o espaço que cerca uma cidade, já a palavra periferia em um contexto brasileiro se refere a algo relacionado ao processo de metropolização dos anos a partir de 1960 a 1970, pré- determinando o intuito de ocupações como loteamentos clandestinos, e as chamadas favelas que geralmente são ocupadas por pessoas baixa renda, mas que estão sempre em áreas centras de uma cidade, a expansão em escala monstruosa que o avanço tem tomado cria um subúrbio por minuto e com isso cria novos nichos em uma sociedade a cada instante (MARCELO KNOBEL, 2005).

De acordo com Geertz, “as interpretações culturais da política que fazemos podem ser poderosas na medida em que podem sobreviver intelectualmente aos acontecimentos políticos. Isso acontece dependendo do grau em que se encontra sociologicamente fundamentada. Quando a sociedade e a política estão seguras de forma conveniente, o que quer que ocorra apenas as reforça; mas se não estiverem o que quer que ocorra as explodirá” Burckhardt (GEERTZ, 1989, pag. 145).



A cultura é muitas vezes oculta ou até mesmo desconhecida aos olhos de outros povos, seja essa cultura em parâmetros internacionais, nacionais, regionais ou até mesmo locais, entender as interpretações sobre a sociedade política do seu povo antes de buscar entender e se adaptar em hábitos sociais e políticos de outros povos e de extrema importância na formação do indivíduo.

Interessar-se por hábitos alheios a ponto de respeitá-los sempre foi algo difícil para a humanidade antiga, moderna, pós-moderna e atual. Adequar-se às diferenças socioeconômicas, culinárias, intelectuais e outras especificações é fundamental para a ética humana. Convivemos diariamente com seres fragmentados pela diversidade cultural, seres híbridos que são moldados conforme a própria sociedade inconscientemente ordena com seus padrões.

Atuar com estudos da “culturalização” do ser humano é estar exposto ao próprio “corrompimento” cultural, pois nós sempre estaremos dentro do meio.

Entender a fundo a forma de agir de um ser é adquirir o desafio de vislumbrar não apenas os hábitos superficiais expressados por um sujeito, mas sim observar o sujeito, seu grupo social e seus atos na busca da adaptação sociocultural na qual o mesmo identifica-se que nem sempre necessariamente é a que o mesmo está inserido, tendo em vista através do estudo, buscar entender essa busca de adaptação cultural de grupos sociais diferentes, entendendo o porquê de tanta necessidade em tornar-se esse quebra-cabeça com peças que não se encaixam naturalmente.

[...] a cultura que é mais bem vista não como complexo de padrões concretos de comportamento-costumes, usos, tradições, feixes de hábitos, como tem sido agora, mas como um conjunto de mecanismos de controle- planos receitas, regras, instruções (o que os engenheiros de computação chamam” (“ programas “) (GEERTZ. 1989, P.56).

É importante saber que a cultura e a identidade de um indivíduo são formadas do nascimento até sua morte, com isso sua infidelidade a permanecer em hábitos sociais padrões e quase que impossível, quando esse direcionamento se dirige à cultura da periferia, trata-se de uma luta que está voltada não apenas para o hibridismo social, mas para uma indiferença socioeconômica que dificulta ainda mais a compreensão dos atos culturais de socialização que a periferia expõe, pois naturalmente o indivíduo que mora nessa determinadas localidades, já é socialmente indiferente perante outras classes

## 2.2 A sociedade do consumo e do status

Diferentemente da cultura que forma o caráter crítico e ético de um indivíduo através de convívios, influências, histórias, o consumo está ligado à uma espécie de robotização do pensar humano, de tal forma que esse consumo é gerado automático e proposital no indivíduo, fazendo com que o mesmo acabe tendo reflexos padrões como o desejo de consumir algo. Igualmente a um robô que está programado a agir de forma específica, consumo é basicamente um mecanismo criado artificialmente e conscientemente. Jean Baudrillard (1981) é um autor de extrema importância no âmbito das pesquisas sobre sociedade e consumo, com obras renomadas em seu currículo como “a sociedade de consumo”. Ele afirma que “o consumo surge como modo ativo de relação, como modo de sociedade sistemática e de resposta global, que serve de base a todo nosso sistema cultural” (Baudrillard, 1981 p.11).

A sociedade consumista visa estratégias para a geração de riqueza, bens, padrões e outros atributos que são relacionados ao consumo, seja ele normal ou compulsivo. Hoje vivemos em padrões de consumo nunca vistos antes em nosso meio cultural, onde a característica predominante é possuir a qualquer custo.

O consumo surge como modo ativo de relação, como modo de atividade sistemática, e de resposta global, que serve de base a todo nosso sistema cultural (BAUDRILLARD, 1981 pag.11)

Gerar o consumo imediato é uma estratégia que a sociedade capitalista vem adotando com mais frequência; as ofertas são lançadas de forma com que a demanda não consegue suprir, criando o hábito do imediatismo, colocando em prática o conceito teórico do consumismo. Segundo Tarcyane Cajueiro Santos baseada no pensamento de Baudrillard e seu livro “A sociedade de consumo”

a emergência da sociedade de consumo francesa e de uma nova cultura alicerçada sobre signos, resultado dos meios de comunicação de massa e do avanço da técnica, que se torna um fator estruturante desse novo sistema (A sociedade de consumo, os media e a comunicação nas obras iniciais de Tarcyane Cajueiro Santos. 2010 (Pag. 126).

O signo dessa nova sociedade imediatista é o status, o consumo está diretamente ligado a esse status, ter um item significa não apenas ter um objeto seja ele qual for, mas significa

possuir poder perante o meio em que se vive. Desde os primórdios do que chamamos de sociedade moderna, já havia uma necessidade imensa de adaptação e hoje, em nossa sociedade atual, a inserção é uma obrigação. Porém os meios utilizados para obter o poder que o status proporciona ao indivíduo, são distorcidos e vão de encontro a ética. É preciso possuir o celular mais caro, o tênis mais usado, a bolsa com edição limitada, o carro do ano, e outros pré-requisitos em produtos massivos que criam esses novos padrões diferenciados para seus adquiridores (GADELHA 2015).

Novos nichos cada vez mais específicos, novos modelos cada vez mais ousados, entretanto a problemática se encontra no determinado momento que o indivíduo absorve a mensagem de consumo, quando a mensagem era direcionada a outro público-alvo, com isso inicia a busca em ter esse padrão diferente de seu grupo social.

Nesse quesito, a desigualdade econômica é um dos principais empecilhos para que esse indivíduo possa conseguir se adaptar a esses novos padrões sociais. Com isso o sujeito sempre buscará meios para conseguir seus objetivos perante o sucesso na conquista de bens.

Antes, esse mundo kitsch era relacionado a um mundo do ser “diferente”. O termo era relacionado a algo “feio”, “estranho”, diferente, “ousado”. Porém, hoje, está mais próximo do conceito de exagero. Algo que está virando uma tendência, principalmente quando ele revela também um exagero de consumo, uma compulsão. Como, por exemplo, ter vários quadros semelhantes em uma mesma parede, ter vários relógios, ter dezenas de bonés, colecionar sapatos. Kitsch descreve esse exagero desnecessário como um conceito: adquirir várias coisas semelhantes é tendência nos dias atuais, está ligado ao sentimento de poder de alguma forma. Todas essas características estão relacionadas ao mundo das tendências, ao imediatismo cultural, ao conceito de status social.

O primeiro Kitsch ligado ao estilo de vida burguês com seu culto ao acumulo... depois, um segundo kitsch que acompanha a sociedade de consumo... o prazer de comprar e de renovar se cessa os objetos, a perempção sistemática das coisas que funcionam como gadgets lúdicos. O estilo do supermercado representa esse (LIPOVETSKY, pag.313)

A sociedade do consumo de status que hoje se vive e uma cultura única em resquícios históricos já estudados, pois o contexto de aquisição a todo custo vem junto com as tendências que são mecanicamente pensadas e criadas pelos profissionais da comunicação a fins meramente econômicos, deixando de lado o pensamento de Roberto da Matta em sua obra “você tem cultura”, pois a cultura imediatista está sufocando a ética, o conteúdo intelectual, e

moral, do ser humano ficará para trás diante ao conteúdo superficial de seus bens de consumo.

### 3 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia de pesquisa adotada nesse artigo foi de cunho etnográfico qualitativo, fazendo levantamento através de entrevistas realizadas com pessoas aleatórias do mundo do roubo e também com pessoas que facilitam a intermediação para a compra de terceiros, com o objetivo de conhecer a fundo a cultura de consumo ilícito especificamente das periferias e subúrbios em nossa sociedade, conhecendo a fundo o mundo do roubo e do consumo de mercadorias roubadas.

A localização que foi escolhida para os fins dessa pesquisa foi Marituba, cidade vizinha de Belém capital do Pará, cidade da região metropolitana, que hoje é a 2º cidade no ranking das mais violentas do Pará ficando atrás apenas de Ananindeua cidade vizinha (IBGE 2013), com isso tendo um público de pesquisa bastante abrangente por ter o roubo como item principal para posição no ranking de violência, e também por ser a 13º cidade mais rica do estado com PIB de 1.600.820 reais e um PIB per capita de 13.023,69 (IBGE 2017).

A pesquisa será realizada em um período de um intensivo, onde será feito visitas a pontos de recepção e vendas de mercadorias roubadas, abordando através de entrevistas despojadas, porém com perguntas preparadas pessoas que praticam os roubos, e também com pessoas que intermediam a mercadorias e seus consumidores finais.

Essas entrevistas foram feitas através de um roteiro pré-definido, porém com possíveis alterações ao decorrer da conversa com os entrevistados pelo fato de não saberem que naquele momento estaria acontecendo uma entrevista, perguntas em questões como: 1) qual o motivo você pratica o roubo; 2) esse mundo do crime é rentável; 3) não tem medo de ser preso ou morto; 4) com qual frequência você pratica os roubos; 5) você tem vontade de sair do mundo do crime; 6) é fácil vender a mercadoria roubada.

Para o interceptador serão feitas as seguintes perguntas: 1) não tens medo de ser preso pelo crime de interceptação; 2) vale a pena vender esses produtos roubados;

E para o comprador da mercadoria será feita as seguintes perguntas: 1) qual o maior motivo para você comprar algo roubado; 2) você tem ciência que é crime comprar produto roubado; 3) não tem medo do verdadeiro dono descobrir o paradeiro; 4) você aconselha

alguém a comprar produto roubado também;

A interpretação dos dados coletados foi realizada através da junção de fatos e depoimentos coletados, onde geramos um conjunto de informações que deram forma a construção do comportamento desse determinado grupo.

De acordo com Carmem Lúcia Guimarães de Mattos (2011), a etnografia como abordagem de investigação científica traz algumas contribuições para o campo das pesquisas qualitativas, em particular para o estudo que se interessam pelas desigualdades sociais, processos de exclusão e situações socio interacionais, por alguns motivos entre eles estão: Primeiro, preocupa-se com uma análise holística ou dialética da cultura, isto é, a cultura não é vista como um mero reflexo de forças estruturais da sociedade, mas como um sistema de significados mediadores entre as estruturas sociais e as ações e interações humanas. (MATTOS 2011, pag. 50)

Em relação à limitação dos dados coletados se dá ao perigo em estar dialogando com indivíduos criminosos e também ainda a grande controvérsia em relação ao levantamento de dados realizado, não podemos generalizar algo específico e não tão aprofundado cientificamente.

#### **4 RESULTADOS**

As entrevistas foram realizadas através de diálogos feitos em encontros não determinados, e com anotações por escrita feita pelo entrevistador para que fosse usada como base na transposição para o artigo, foram entrevistadas 5 pessoas, que em nenhum momento foram pré-determinadas, onde não posso revelar o nome de nenhuma por sigilo moral e ético.

Das 5 pessoas entrevistadas, 2 pessoas são praticantes de roubos, 2 são intermediários desses produtos roubados e 1 pessoa, é consumidor desses produtos ilícitos.

As entrevistas foram feitas em um estabelecimento já pré-determinado para o estudo do caso, onde por via de pesquisa já havia identificado como ponto de despacho das mercadorias.

O local encontra-se na cidade de Marituba, no perímetro periférico do município onde também não podemos revelar a localização exata. Buscamos, no decorrer da pesquisa realizada, não prejudicar a imagem de nenhuma pessoa ou nenhum local, pois a pesquisa foi realizada com um caráter subjetivo, sem nenhuma intenção de gerar evidências de provas ou sem nenhum caráter policial. Ressalto que, por meio dessa entrevista, não se criaram provas

para qualquer que seja o motivo ou acusação de algum indivíduo pesquisado.

Reforço que a pesquisa feita foi para fins acadêmicos e informativos pessoais, sem nenhum caráter investigativo policial, pois os relatos ouvidos foram totalmente avulsos e sem nenhuma confirmação concreta.

Ladrão 1: tem 25 anos e mora no município, ao perguntamos sobre o motivo da prática do roubo, relatou que “era a forma mais fácil que havia visto para ganhar dinheiro, e para curtir nas festas”.

Logo após entrei no questionamento se o mundo do crime era rentável e se ele tinha medo de ser preso ou morto em decorrência dessas atividades. Ele me respondeu que: “claro que é dinheiro fácil tio, quando eu quero alguma coisa e só meter o bicho em alguém, tenho meu ferro mesmo, quero ver alguém se rebarbar, quem tem medo de meter a cara, nem vai então porque se não caga a porra toda, o maluco tem que ser bicho solto, e se os pela saco chegar a gente mete bala mesmo, as mina dão mo valor nos muleque doido”.

Logo depois entrei na questão da frequência com que ele praticava roubo, se era fácil vender as mercadorias roubadas e se ele tinha vontade de sair desse mundo: ”vontade nos até tem mais é um vício, eu já fui tudo certo já, mas nós sempre volta, sempre tem algum camarada que puxa nós, eu roubava quase todo dia mas agora eu dei uma parada, não pode dar muito na cara também, a galera fica só de olho, mas graças a deus nunca deu fita errada pra mim, as paradas que nos rouba é tudo certo pra vender, celular então nem se fala, quando nós não vende nos dá pras garotas pra fazer uma capa, moto é rapidola que nos passa também, esses playboy dão mo valor de pegar essas fita, querem pagar de playboy mas são tudo liso”.

Esse diálogo durou cerca de uns 30 minutos pois fazia as perguntas de forma aleatória e não frequentemente.

Ladrão 2: tem 23 anos e também é morador do município, o encontro com o entrevistado 2 ocorreu em um ônibus de Belém com destino ao centro da cidade. O meliante, agora empregado de carteira assinada, estava se deslocando ao seu local de trabalho.

Perguntei sobre seu passado de crimes de forma despojada e ele abriu o jogo, por já me conhecer do bairro onde moro: ”graças a deus eu larguei mano, isso não é vida, minha mina me pediu pra parar com as fitas erradas porque senão ia dar ‘B.O.’ com ela, ai tu já viu ne, tive que me puxar dessas fitas erradas, mas ainda bem que ela me botou pressão, tava vendo a hora de dar merda pra mim”. Perguntei se ele não tinha vontade de voltar a praticar crimes: “pow meu mano, até que tem hora que eu fico na pira pra poder me meter nessas fitas

de novo, mas não vale a pena, agora eu tô tudo certo no trampo, já fiz muita merda por ai, agora vou ser tudo certo mesmo.

Entreí no quesito de comparação sobre as duas realidades que ele já teve, viver do roubo e do crime e agora ter como ganha pão o trabalho digno e honesto:

“é o seguinte, só sinto falta mesmo de ter meus bagulho rápido, já vai fazer um ano que venho pra belém de bonde lotado todo dia, é muito escroto doido, sair cedo de casa, chegar tarde, um bagulho é certo: a vida de trabalhador é muito difícil, pow quando eu era do crime eu tinha moto, e não precisava vir todo dia pra belém lá de Marituba pra trampar, mas é assim mesmo né mano, eu já fiz muita merda, agora que eu sou tudo certo não posso reclamar, porque quando eu roubava dos trabalhador eu nem pensava em nada, só metia o bicho mesmo ta ligado”.

Esse bate-papo durou cerca de uma hora, justamente o tempo que estávamos juntos no coletivo. Todas as respostas foram anotadas de modo aleatório em um bloco de notas de tal forma que não fosse percebido pelo entrevistado.

Os trechos descritos são relatos reais declarados na linguagem de cada um dos entrevistados em questão.

Intermediador 1: a entrevista com o intermediador 1 foi realizada no espaço de trabalho dele, o mesmo não vive como renda principal da compra e venda de mercadorias roubadas, tem como ganha pão principal o trabalho de lanterneiro, a identidade do intermediador não pode ser revelada também por segurança, a entrevista realizada teve um caráter mais formal pelo perigo ser menos, foi utilizado um bloco de notas pequeno e uma caneta, portanto será descrito as respostas do entrevistado com suas próprias palavras, utilizando gírias e dialetos do mesmo.

Comecei curto e grosso perguntando ao intermediario1: se ele tinha uma boa renda com essas atividades, ele me respondeu “cara, assim, hoje em dia é muito difícil manter a casa, a família e as contas em dia, a gente acaba tendo que agir de forma irregular ao nosso caráter entende meu preto?, meu ganha pão mesmo como tu já sabe, e aqui na oficina, porém é aquele papo, a gente acaba fazendo muitos trampos pra vagabundo, e eles acabam pedindo pra guardar os bagulho aqui, e também não dá pra tirar muita grana não porque os clientes também não querem pagar muito caro por saberem que é um bagulho roubado saca?”

Perguntei se ele não tinha medo de ser preso: “bixo e o seguinte, eu conheço a porra toda, entende, a galera sabe que eu vivo do meu trampo aqui na oficina, e outra todo mundo

gosta de comprar coisa barata, então e muito difícil isso dar ‘B.O.’”.

Essa entrevista teve uma duração curta de 15 minutos, pois teve um caráter bem objetivo.

Intermediário 2: O entrevistado 2 tem renda fixa pois trabalha de carteira assinada em uma empresa, e exerce a atividade apenas como renda extra, com o intermediário 2 eu fiz as duas perguntas em uma, perguntei se ele lucrava com a atividade e se tinha medo de um dia ser preso pelos atos que praticava, “maninho, assim primeiro eu to ligado que merda não vai dar, a galera que eu pego as fita são tudo pelo certo, e outra o povo gosta de comprar coisa barata, uma coisa eu te digo, se tem uma galera vendendo e roubando é porque tem gente que compra, tu sabe que eu tenho meu trampo, já trabalho la uma cara, la que é meu ganha pão mesmo, mas tem o leite das criança, tem o passeio com a madame, tem as roupas de final de ano, então tu já viu, 1,500 não dá pra manter, ai a gente tem que dar nossos pulos sem se queimar, eu pego um celular de 100 conto de um viciado e vendo por 300, entendeu ? um celular que vale uma média de 600 conto, já livreí a grana da broca da semana”

Comprador: o comprador que foi entrevistado é uma pessoa aleatória onde não temos provas concretas de nenhuma atividade já realizada, averiguamos suas experiências através de relatos do mesmo.

Pergunto ao entrevistado comprador de mercadorias roubadas qual o maior motivo para o consumo e por minha alegria ele vai em cheio ao meu conceito, “Fernando tu sabes que hoje em dia quem não tem uma moto ou um carro não e gente, primeiro eu compro é mesmo, fui comprar uma moto na concessionaria e mesmo com 2,000 mil que era uma grana que eu estava guardando um uma cara já, eu ainda ia ficar pagando mais 4 anos só sei que no final ela ia sair por uns 15,000 mil reais, bixo de onde eu ia tirar grana pra pagar 4 anos uma moto ganhando 950,00 reais por mês ?, tu sabes não tem como, fora também que quando eu terminasse de pagar ela já não ia valer nem a metade do preço, ai tu sabe que aqui em Marituba tu achas de tudo um pouco, apareceu um brother com uma CB300 muito firme, ele tava pedindo 3,000 nela mas morreu em 2,500, dei os 2,000 que eu já tinha e mais meu celular, ele me disse que ela estava com o chassis raspado e sem placa porque a placa dela estava em busca, mas que não dava em nada, era só pra rodar aqui no bairro mesmo, e quando eu não quisesse vender era só despachar pro interior, que era tudo certo, ai eu peguei foi mesmo, agora eu to é charlando no meio da playboyzada de CB300” perguntei se ele recomendava, “cara recomendar eu não recomendo, mas bixo eu acho assim, se o brother for esperar uma

parada toda certa pra ter alguma coisa na realidade que a gente vive, dificilmente ele vai conseguir.

A conversa durou um período de 2 horas, em frente a um barzinho no município onde moro, em Marituba, pois fui ao local com o intuito de avaliar os padrões sociais e escolher alguém para entrevistar.

## 5 DISCUSSÃO

As entrevistas ressaltando mais uma vez que nenhuma das entrevistas acima teve caráter investigatório, foram perguntas feitas a pessoas aleatórias que se encaixavam em meus requisitos para o levantamento, nada descrito nas entrevistas tem provas reais de concretização dos relatos.

Foram entrevistadas 5 pessoas não escolhidas anteriormente, entre elas aviam duas pessoas intituladas como ladrão 1, e ladrão 2, duas pessoas que eram intituladas como intermediador 1, e intermediador 2, e uma última pessoa que intitulamos de comprador.

Os dois primeiros entrevistados deram relatos de suas experiencias, e de seu cotidiano onde falaram abertamente em seu dialeto tradicional de rua das formas que atuam ou atuaram como ladrões, os dois segundos entrevistados relataram abertamente sobre a forma com que ainda exercem.

O trabalho de intermediadores. Discutindo sobra realidade financeira como intuito principal para o exercício das atividades, e por fim o ultimo entrevistado relata o motivo no qual justifica seu consumo de um item roubado, fechando claramente o parêntese da discursão inicial do artigo em questão, quando alega que consome um fruto do roubo por saber que não teria condições imediatas para ter determinado item, mesmo sendo alguém com um emprego fixo e com uma estrutura normal perante a sociedade, percebe que ainda não está enquadrado no status de sua determinada cidade, por isso opta por consumir o produto roubado mesmo sendo ciente de sua procedência.

Apesar do número reduzido de entrevistas, em uma localidade muito restrita, identificamos que esse status social que falamos nesse artigo é algo bem real e teoricamente logico e claro, um status social formado pela absorção de informações que deveriam ser para outras classes socioeconômica, mas que são absolvidas por pessoas que fazer de tudo um pouco para se adaptar.

Vemos que isso causa um impacto extraordinário não apenas na formação de cultura



da sociedade, mas também causa impactos reais na economia de determinados locais, pois o consumo de mercadorias roubadas é um patrocínio do crime, o PDV suburbano que falamos está diretamente relacionado ao empresário do crime que observam a oportunidade, e criam formas de suprir essa demanda social, tornando isso um mercado muito lucrativo para ambas as partes, para quem rouba e para quem consome.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O grande aumento no consumo de mercadorias roubadas e influenciado diretamente pelo uso imediato do status social, a sociedade das periferias tem como qualquer outro povo de outros nichos sociais a necessidade de integração a um todo que é chamado de padrão social.

Porem vemos também que as diferenças econômicas de uma política social irregular são gritantes em nossa sociedade, isso influencia a criação de novos canais para alcançar os objetivos de integração social ou de aumento na renda, com isso o roubar esses produtos de alto consumo é uma opção de mercado também para meliantes que se aproveitam de demandas e falhas sociais, se aproveitam desses buracos na igualdade social para suprir as necessidades da população menos favorecida economicamente de forma ilícita e criminosas.

Concluindo que apesar desses tipos de atitudes serem totalmente criminosas, vemos que é muito frequente nos subúrbios e periferias de todos os estados do nosso país, mas especificamente em Belém, pois foi a área pesquisada em questão pois segundo Michèle Ollivier “Status é um conceito com vários significados, e muitos destes envolvem uma combinação de dois elementos bem diferentes. No primeiro, status se refere à estima ou desprezo, deferência ou depreciação concedida a indivíduos ou grupos percebidos como superiores ou inferiores. Nesse sentido, se refere às avaliações positivas e negativas feitas pelas pessoas sobre as outras e é sinônimo de prestígio. Como esse primeiro sentido para status diz respeito a um sentimento na mente das pessoas, remete a um aspecto especificamente simbólico da desigualdade. No segundo, status pode se referir também a posições na estrutura social, de um modo completamente independente de avaliações individuais de superioridade e inferioridade” (Michèle Ollivier 2009 pag.42).

## REFERÊNCIAS

CARMEN LUCIA GUIMARAES DE MATTOS: **A abordagem etnográfica na investigação científica**, Campina Grande: EDUEPB, 2011.

GABRIELA GADELHA: **a estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista** São Paulo: Editora Companhia das Letras 2015.

GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: **por uma teoria interpretativa da cultura**. In: *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: 1989.

GIROUX, uma interpretação **humanizada das práxis pedagógica freiriana**: Publicado em 08 de Abril de 2009 por **Ana Oliveira**. Disponível em <https://www.webartigos.com/artigos/henry-giroux-uma-interpretacao-humanizada-da-praxis-pedagogica-freiriana/16487>.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

LIPOVETSKY. G. & SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MICHELE OLIVER: **status em sociedade pós-moderna: a renovação de um conceito** Lua Nova, São Paulo, 2009 pag. 42.

ROBERTO DA MATTA, **Roberto**. **Você tem cultura ?** In: Suplemento Cultural. Edição Especial do Jornal da Embratel, setembro, 1981.

TARCYANE CAJUEIRO SANTOS: **A sociedade de consumo, os media e a comunicação nas obras iniciais** Revista Galáxia, São Paulo, jun. 2011.

