



Revista ADM.MADE

Revista do Mestrado em Administração e
Desenvolvimento Empresarial - Universidade
Estácio de Sá

Revista ADM.MADE, Rio de Janeiro, ano 13, v.17, n.3, p.47-69, setembro/dezembro, 2013

Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade
Estácio de Sá – Rio de Janeiro (MADE/UNESA). ISSN: 2237-5139

Conteúdo publicado de acesso livre e irrestrito, sob licença Creative Commons 3.0.

Editores responsáveis: Marco Aurélio Carino Bouzada e Isabel de Sá Affonso da Costa

Organizadora do número temático: Cecília Lima de Queiróz Mattoso

Primeiros Impactos da Pacificação no Consumo de Moradores de Favelas Cariocas

*Aline Vieira Muniz¹
Lucia Barbosa de Oliveira²*

Artigo recebido em 19/12/2013 e aprovado em 04/02/2014. Artigo avaliado em *double blind review*.

¹ Mestre em Administração pela Faculdade de Economia e Finanças Ibmec-RJ. Endereço: Avenida Presidente Wilson, 118 – Centro – Rio de Janeiro, RJ – CEP:20030-020. Email: alinevmuniz@hotmail.com.

² Doutora em Administração pelo Instituto Coppead de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro (COPPEAD/UFRJ). Professora do Mestrado em Administração da Faculdade de Economia e Finanças Ibmec-RJ. Endereço: Avenida Presidente Wilson, 118 – Centro – Rio de Janeiro, RJ – CEP: 20030-020. Email: lucia.oliveira@ibmecrj.br.

Primeiros Impactos da Pacificação no Consumo de Moradores de Favelas Cariocas

O mundo possui em torno de quatro bilhões de pessoas na chamada “base da pirâmide”, mas apenas recentemente tem sido ressaltado o enorme potencial de consumo e de capacidade empreendedora desse público (PRAHALAD, 2005; PRAHALAD; HAMMOND, 2002; PRAHALAD; HART, 2002). No Brasil, o aumento da renda média das camadas menos favorecidas da população trouxe impulso importante ao consumo e, no caso do Rio de Janeiro, este movimento foi ainda mais significativo em função da pacificação de diversas comunidades carentes da cidade. Com o objetivo de entender os primeiros impactos da pacificação de favelas cariocas no consumo de seus residentes, foi desenvolvido este estudo qualitativo, conduzido por meio de entrevistas pessoais em profundidade com 15 moradores de três dessas comunidades. Os resultados mostraram ganho em qualidade de vida decorrente de melhor infraestrutura e do acesso a serviços públicos e privados. A segurança, porém, foi o fator de maior impacto sobre o consumo. Com ela, empresas se instalaram de maneira numerosa nas favelas e incrementaram o consumo dentro delas e, com liberdade para ir e vir, os moradores passaram a sair mais e a consumir mais em comércios e em *shoppings* próximos. Ganharam não apenas a comunidade, mas também todo o comércio e os serviços do entorno.

Palavras-chave: consumo; comportamento do consumidor; baixa renda; favelas; pacificação.

Keywords: consumption; consumer behavior; low income; slums; pacification.

Early Effects Of Rio De Janeiro Slums’ Pacification On The Consumption Of Their Residents

The world has around four billion people in the so-called bottom of the pyramid, but only recently it has been highlighted the enormous consumption potential and entrepreneurial capacity of this population (PRAHALAD, 2005; PRAHALAD; HAMMOND, 2002; PRAHALAD; HART, 2002). In Brazil, the recent growth of the less affluent population’s average income brought a major boost to consumption and, in the case of Rio de Janeiro, this movement was especially significant, considering the pacification of several low-income communities. This qualitative study was developed with the purpose of understanding the early impacts of the pacification on the consumption of Rio de Janeiro slum’s inhabitants. Face-to-face in-depth interviews were conducted with 15 residents of three of these communities. The results showed a clear improvement in the participants’ quality of life, associated with better infrastructure and access to public and private services. Safety, however, has had the greatest impact on consumption. With it, numerous companies arrived and boosted local consumption and, with freedom to come and go, the inhabitants were also able to visit nearby commerce and shopping malls. Therefore, safety was positive beyond the communities’ limits, improving all commerce and services in neighbourhood areas.

1. Introdução

Não faz muito tempo, autores internacionais começaram a discutir a necessidade de se olhar para as populações mais pobres dos países emergentes – extremamente numerosas e pouco atendidas pelas organizações. A principal ideia defendida era que empresas, com seu poder econômico, poderiam investir nestes mercados e desenvolver negócios lucrativos. Não se trata de filantropia, mas sim de entender o real potencial desse público em termos de consumo e capacidade empreendedora (PRAHALAD, 2005; PRAHALAD; HAMMOND, 2002; PRAHALAD; HART, 2002; KARNANI, 2007).

Revista ADM.MADE, Rio de Janeiro, ano 13, v.17, n.3, p.47-69, setembro/dezembro, 2013.



Inserir esse enorme contingente de pessoas na dinâmica dos mercados – de produção e de consumo – não é simples, e parece exigir um olhar que transforme cada barreira em oportunidade (HART, 2005, 2010). Até então, pouco tem sido feito na criação de novos modelos de negócios para a chamada “base da pirâmide” (PRAHALAD; HART, 2002). Mas aqueles que começam a reorientar seu foco de atuação e a levar produtos e serviços para este público conseguem aumentar sua base de consumidores e também contribuem para melhorar a qualidade de vida dos locais atendidos. Um movimento importante nesse sentido vem ocorrendo no Rio de Janeiro, com a pacificação de comunidades carentes da cidade. O processo começou em 2008, no Morro Santa Marta, e se espalhou por vários pontos da cidade, chamando a atenção de diferentes tipos de empresas.

Diante desse contexto, o presente estudo teve, por objetivo, analisar em profundidade os efeitos da pacificação e de seus desdobramentos – incluindo a entrada de empresas nas comunidades pacificadas – sobre o consumo de seus moradores. A partir da ótica dos próprios moradores das comunidades Santa Marta, Rocinha e Cidade de Deus, procurou-se avaliar como o acesso a serviços como energia elétrica, TV por assinatura, internet, bancos e outros produtos e serviços têm afetado o perfil de consumo desta população, além de avaliar outros impactos positivos e negativos em suas rotinas decorrentes do processo de pacificação.

A escassez de pesquisas referentes ao consumo das classes menos favorecidas no Brasil, e especialmente sobre os impactos da pacificação na vida do morador da favela pacificada, confere relevância ao presente trabalho. Buscou-se, portanto, ampliar a base de conhecimento sobre o assunto, na expectativa de que os resultados aqui apresentados estimulem mais pesquisadores a se aprofundar no tema.

2. Referencial Teórico

Como a pesquisa foi desenvolvida tendo como base o consumo nas favelas cariocas, no primeiro bloco abordamos brevemente a questão do consumo e a perspectiva teórica na qual este trabalho se insere. Em seguida, exploramos o mercado de baixa renda e sua importância no mundo e, particularmente, no Brasil. Por fim, no terceiro bloco é discutido o processo de pacificação das favelas do Rio de Janeiro e seus desdobramentos.

2.1. Uma visão sobre o consumo

Rocha (2004, 2006) afirma que o consumo representa um sistema de valores central na vida cotidiana e um mecanismo de construção de identidades e de regulação de relações sociais. Rocha e Silva (2009), por sua vez, colocam que todo ato de consumo possui significados simbólicos, e que os bens podem servir para demarcar fronteiras sociais, distinguir e hierarquizar, reafirmar, negar ou esconder o pertencimento a um grupo social, reforçando a autoestima ou celebrando laços de amizade e de parentesco. De acordo com Barbosa (2004), o consumo é essencialmente cultural, na medida em que funciona como elemento de construção e de afirmação de identidades, de diferenciação, e de exclusão e inclusão sociais – intermediando relações e práticas sociais.

Nesse sentido, o presente trabalho se insere na linha de pesquisas conhecida como teoria da cultura do consumo, ou *consumer culture theory* (CCT), voltada ao entendimento de aspectos sociais, culturais, experienciais e simbólicos associados ao consumo (ARNOULD; THOMPSON, 2005; PINTO; LARA, 2011). Essa tradição de pesquisas emergiu na literatura internacional na década de 1980, em resposta à perspectiva então dominante – fundamentada nos preceitos da teoria microeconômica e da psicologia cognitiva – de um consumidor racional em suas decisões (ARNOULD; THOMPSON, 2005). No Brasil, a CCT vem se estabelecendo como abordagem de pesquisa apenas mais recentemente, o que tem contribuído para o surgimento de novas abordagens metodológicas e novos entendimentos sobre atos, sujeitos e contextos de consumo (PINTO; LARA, 2011).

2.2. A população de baixa renda e seu potencial de consumo

Pesquisas mostram que o mundo possui em torno de quatro bilhões de pessoas na chamada “base da pirâmide”, cuja renda situa-se abaixo de US\$ 2 mil anuais (PRAHALAD; HAMMOND, 2002). Historicamente, porém, essa população recebeu pouca atenção dos pesquisadores do campo da Administração. Apenas a partir do ano 2000, nota-se um crescente interesse pelos mercados emergentes e pelos consumidores de baixa renda, com destaque para autores como C.K. Prahalad, Allen Hammond e Stuart Hart. O argumento é que essa população possui imenso potencial de consumo e forte capacidade empreendedora (PRAHALAD; HAMMOND, 2002; PRAHALAD; HART, 2002; KARNANI, 2007).

No entanto, segundo Hart e Christensen (2002), atender a base da pirâmide não é algo que se faz aplicando velhos conceitos, velhas estratégias e velhas tecnologias, mas sim por meio de significativas inovações: novos produtos, preços acessíveis, distribuição diferenciada e, acima de tudo, o entendimento profundo das necessidades deste público. Karnani (2007) defende ainda que, ao invés de meramente vender artigos às populações mais pobres, as empresas deveriam investir em trazer este grupo para o processo produtivo – que é o que de fato gera riqueza na “base da pirâmide”.

No Brasil, a literatura sobre o consumo da população de baixa renda ainda é escassa (CHAUVEL; MATTOS, 2008). A definição de baixa renda, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) compreende todas as pessoas que recebem até meio salário mínimo mensal de rendimento médio familiar per capita (IPEA, 2011). Segundo Barros e Rocha (2007), a maior parte dos estudos nacionais se aprofunda no universo das classes A e B, consideradas mais rentáveis e formadoras de opinião. Mais recentemente, porém, verificou-se movimento de produção de conhecimento sobre o consumo dos pobres, sobre suas necessidades e sobre como abordá-los (por exemplo, BARROS, 2007; CASTILHOS; ROSSI, 2009; MATTOSO, 2005). Castilhos e Rossi (2009), por exemplo, encontraram evidências da construção de uma hierarquia da pobreza, com os “pobres-pobres”, que vivem em posição mais precária, os “pobres”, com acesso a moradia e a alimentação sem luxos mas farta, e a “elite dos pobres”, formada por pequenos empresários e comerciantes locais, com melhores condições econômicas e que são o símbolo de ascensão social para os demais. Numa revisão de estudos sobre o comportamento de consumidores brasileiros de baixa renda, Chauvel e Mattos (2008) verificaram que as temáticas abordadas giram em torno da gestão do

orçamento, da experiência de compra de bens e serviços, e do papel do preço e das marcas nas decisões de compra.

Com relação à identidade, Zaluar (2000) e Sarti (2011) mostram que os pobres brasileiros se definem como trabalhadores, em oposição a qualquer ideia de que sejam vagabundos. Em suas famílias, os papéis são claramente definidos, com o homem – quando presente – como provedor e a mulher no controle do orçamento da família e das prioridades de consumo. A importância da vizinhança na reprodução da cultura de classe também é destacada (SARTI, 2011; ZALUAR, 2000). De acordo com Sarti (2011, p.116), o vizinho contribui para a criação da identidade social do pobre, “num processo onde solidariedade e rivalidade caminham juntas”.

Com a estabilidade da moeda advinda do plano Real e, mais recentemente, com o crescimento econômico e com as políticas governamentais de proteção social, observou-se fortalecimento da renda das famílias das classes mais baixas (BARROS; ROCHA, 2007; FECOMÉRCIO-SP, 2012), levando muitas delas a ascender à classe C, também chamada de “nova classe média” (NERI, 2011). A partir de dados das Pesquisas Nacionais por Amostra de Domicílios (PNAD), estima-se que 55% da população brasileira pertenciam à classe C em 2011 – o equivalente a 105 milhões de pessoas – contra apenas 37% em 1995 (NERI, 2011). Além disso, estudo da Fecomércio-SP (2012) aponta que esse grupo terá papel central na sustentação da economia do País em 2015, quando será responsável por R\$ 1,46 trilhão de consumo familiar – mais do que a soma das classes A e B.

Vários são os efeitos associados ao ganho de renda da classe média brasileira. Segundo Duailibi e Borsato (2008), em 2007 um terço de seus membros já tinha conta bancária, 25% tinham computador em casa e 34% possuíam carro na garagem. Foram, ainda, responsáveis por 70% dos financiamentos imobiliários na Caixa Econômica Federal e por 70% dos cartões de crédito emitidos no país. Castilhos e Rossi (2009) observam que a casa é o maior destino dos gastos das famílias de baixa renda, o que inclui não apenas alimentação, mas também itens de conforto. Espaços limitados e uma fronteira tênue entre casa e rua intensificam o convívio com a vizinhança, ampliando a visibilidade dos bens adquiridos para equipar a casa – entendida como o maior de todos os “templos de consumo” dos pobres (CASTILHOS; ROSSI, 2009).

2.3. As favelas do Rio de Janeiro e o processo de pacificação

Em 2010, 11,4 milhões de brasileiros, o equivalente a 6% da população do País, viviam em favelas, ou aglomerados subnormais (IBGE, 2011). Um aglomerado subnormal é definido como

um conjunto constituído de, no mínimo, 51 unidades habitacionais (barracos, casas etc.) carentes, em sua maioria sem acesso a serviços públicos essenciais, ocupando ou tendo ocupado, até período recente, terreno de propriedade alheia (pública ou particular) e estando dispostas, em geral, de forma desordenada e densa. (IBGE, 2011, p.19).

Os dados do último Censo (IBGE, 2011) também mostram que a cidade do Rio de Janeiro possui o maior contingente nacional de moradores de favelas, equivalente a 1,4 milhão de pessoas, ou 22% de sua população.

Segundo Ferreira (2009), as origens das favelas da cidade do Rio de Janeiro remontam ao início do século XX, quando ela crescia rapidamente e as políticas urbanas não favoreciam a ida dos mais pobres para o subúrbio. O autor também explica que o período de maior crescimento das favelas deu-se na década de 1980, uma fase de baixo crescimento econômico, alto índice de desemprego, crescimento da informalidade, especulação imobiliária, falta de política habitacional para a população de baixa renda, e um precário sistema de transportes coletivos (FERREIRA, 2009). As favelas cariocas, historicamente, receberam poucos investimentos por parte do poder público no sentido da melhoria das condições de vida e moradia de sua população. Além disso, a presença de grupos criminosos armados no controle dessas comunidades, por mais de duas décadas, representava uma característica única no cenário internacional (HENRIQUES; RAMOS, 2011).

Essa realidade justificou a intervenção policial e a posterior instalação das chamadas Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), evidenciando uma mudança de atitude. A primeira UPP foi instalada em dezembro de 2008, no Morro Santa Marta, e até junho de 2013 outras 33 favelas já haviam sido atendidas. Segundo o governo do Estado, em 2012 as UPPs atendiam um total de 1,5 milhão de pessoas, com 8.592 policiais cobrindo área de 9 milhões de metros quadrados (UPP REPÓRTER, 2013). De acordo com Henriques e Ramos (2008), com as UPPs, a Secretaria de Segurança Pública do Estado do Rio de Janeiro tem, como objetivo, retomar o controle estatal dos locais sob influência de facções criminosas e devolver à população a paz e a segurança. Segundo reportagem do jornal Folha de São Paulo (FOLHA DE SÃO PAULO, 2011), o processo de pacificação consiste de quatro etapas: (1) retomada, com a entrada da polícia na favela; (2) estabilização, eliminando as últimas células de resistência do local; (3) ocupação, com instalação da UPP definitiva; e (4) pós-ocupação, quando as UPPs recebem apoio do programa UPP Social, da Prefeitura, responsável pela coordenação de esforços de órgãos públicos e pela promoção de parcerias com empresas do setor privado para reintegração da comunidade à cidade.

Diversos efeitos positivos e negativos se fazem sentir nas favelas pacificadas. Dentre os principais positivos destacam-se a restauração da ordem social, a queda dos índices de criminalidade e a valorização imobiliária, que ocorre na própria favela ou nos bairros do seu entorno (REIS, 2012). Ainda nota-se, como efeitos positivos, a melhoria de serviços básicos, como água, saneamento e coleta de lixo, e a regularização das redes elétrica, de TV por assinatura e de telefonia, além da chegada de projetos socioculturais e de capacitação profissional, e de empresas do setor privado (CARNEIRO, 2011). No entanto, também são apontadas críticas ao modelo de pacificação, incluindo o temor de que a ausência de traficantes dê espaço ao surgimento de milícias, e do cerceamento da vida comunitária por parte da polícia, com restrições à realização de festas e bailes. Além disso, questiona-se a sustentabilidade das UPPs no longo prazo (CARNEIRO, 2011).

Com relação ao papel das empresas, algumas já começaram a investir no potencial de consumo dos moradores das favelas pacificadas – locais onde se percebe a predominância da informalidade e infraestrutura precária. A Light, por exemplo, distribuidora de energia

elétrica da cidade, implantou-se nas favelas pacificadas no intuito de regularizar o fornecimento de energia e reduzir as instalações ilegais – os chamados “gatos” (O GLOBO, 2012). Empresas de TV por assinatura também fizeram o mesmo. Além das concessionárias de serviços públicos, também há registro da participação de grandes empresas do setor financeiro nessas comunidades (MARTINS, 2011). Empresas menores também têm respondido por uma parte importante dos novos empreendimentos locais, contribuindo para o aquecimento do mercado local. Desta forma, o aumento de renda da população e o interesse das empresas apontam para um aumento do consumo nas favelas, corroborado por um estudo realizado pela Comlurb em 2012, que mostrou forte crescimento na quantidade de lixo produzido em 20 favelas da cidade (DAMASCENO, 2013).

3. Considerações Metodológicas

O presente estudo buscou analisar a fundo os impactos no consumo decorrentes da pacificação de comunidades carentes do Rio de Janeiro. A escolha do tema se deu primeiramente pela escassez de informações sobre consumo na “base da pirâmide” no Brasil. Além disso, três outros aspectos foram decisivos para a escolha deste tema: o crescimento do poder de compra da população de baixa renda no Brasil, a grande importância que a população de baixa renda tem no contexto econômico e social da cidade do Rio de Janeiro, e a instalação das UPPs nas principais favelas da cidade, com o objetivo de levar mais segurança e infraestrutura à população local.

Para melhor desenvolver o tema em questão e compreender impactos e motivações para o consumo nas comunidades após a entrada das UPPs, optou-se por pesquisa exploratória, indicada quando há pouco conhecimento acumulado sobre o tema e quando se busca o entendimento profundo do significado que indivíduos ou grupos atribuem a um problema social ou humano (CRESWELL, 2010; GOLDENBERG, 2009). Assim, explorar um assunto significa reunir mais conhecimento e incorporar características inéditas, bem como buscar novas dimensões até então desconhecidas.

A primeira parte da seleção dos sujeitos envolveu a escolha das comunidades, que levou em conta três aspectos: favelas que estivessem entre as maiores da cidade; que tivessem recebido a UPP há mais de um ano, de modo a permitir uma melhor percepção dos primeiros efeitos da pacificação sobre a comunidade; localizadas em diferentes regiões da cidade, para uma melhor abrangência. Deste modo, as favelas escolhidas para a condução do campo da pesquisa foram Cidade de Deus, Rocinha e Santa Marta. Cumpre destacar que a previsão inicial era que a pesquisa fosse conduzida nas favelas do Complexo do Alemão; no entanto, o agravamento de conflitos policiais no período em que o campo foi realizado motivaram a substituição desta localidade pela Cidade de Deus.

A Favela da Rocinha fica entre as zonas Sul e Oeste, e é considerada a maior favela da América Latina. Com 69 mil habitantes, está localizada entre os bairros da Gávea e São Conrado, que abrigam populações de alto poder aquisitivo. Recebeu uma UPP em setembro de 2011. A Cidade de Deus está localizada em Jacarepaguá, na zona Oeste, possui 47 mil habitantes e recebeu a UPP em fevereiro de 2009. O morro Santa Marta está localizado em

Botafogo, na zona Sul da cidade. Com 3.913 habitantes, foi a primeira favela a receber uma UPP, em dezembro de 2008 (UPP SOCIAL, 2012).

Após a definição das favelas, seguiu-se para a seleção dos entrevistados. Foram, ao todo, 15 participantes, cinco de cada comunidade. A seleção foi por conveniência, tendo-se chegado a eles por meio de indicação de conhecidos, de amigos e de parentes que moravam nas comunidades escolhidas. Os participantes possuem diferentes perfis de idade, de gênero e de profissão, o que possibilitou uma visão mais abrangente deste público – ainda que sabidamente o método qualitativo não busque representatividade.

Entre os entrevistados, havia 10 mulheres e cinco homens, sendo a maioria – 10 entre os 15 entrevistados – casada e com filhos. A maior participação das mulheres foi intencional, tendo em vista que elas são as grandes responsáveis pelo controle do orçamento e pela definição de prioridades de consumo do lar (SARTI, 2011). A idade variou entre 25 e 57 anos, visando a representar a população economicamente ativa do país. Muitos moravam com outros membros da família, além do cônjuge e dos filhos. A maioria nasceu nas comunidades estudadas ou, aqueles que vieram de outros lugares, lá residem há mais de 15 anos. São pessoas com pouco estudo – ninguém possui curso superior – e que trabalham diversas horas por dia. Com relação às ocupações, entre as mulheres havia duas manicures, duas empregadas domésticas (diarista e faxineira) e três vendedoras. Entre os homens, havia um dono de mercearia, um técnico em informática, um operador de máquinas e um auxiliar de serviços gerais.

A coleta das evidências foi feita por meio de entrevistas individuais em profundidade, conduzidas com base num roteiro semiestruturado, organizado em quatro blocos: contexto de vida; mudanças ocorridas nos últimos anos, associadas ou não ao processo de pacificação; impactos positivos e negativos trazidos pela UPP; chegada de produtos e de serviços pós-pacificação, e possíveis mudanças em seu perfil de consumo. As entrevistas foram conduzidas entre os meses de novembro de 2012 e janeiro de 2013, na residência dos entrevistados, e tiveram duração entre 45 e 60 minutos. As entrevistas foram gravadas com a autorização dos participantes e posteriormente transcritas.

A análise dos dados se deu através do estudo minucioso das transcrições, com base nas quatro etapas de análise prescritas por Bardin (2011): organização da análise (preparação e padronização do material a ser analisado); codificação (agregação dos dados em grandes unidades internamente homogêneas); categorização (agrupamento conceitual, sintático, léxico e expressivo dos dados); e interpretação (análise dos resultados de acordo com os objetivos do estudo).

4. Análise e Discussão dos Resultados

A análise dos resultados foi organizada em quatro blocos. O primeiro corresponde ao contexto e vida antes da UPP. O segundo bloco avalia a chegada da UPP, as mudanças trazidas e os impactos positivos e negativos na rotina dos entrevistados. O terceiro item é destinado à análise de novas empresas e novos consumos, e o quarto bloco aborda a visão de futuro dos participantes, seus planos, projetos e desejos para os próximos anos.

4.1. Contexto e vida antes da UPP

Todos os entrevistados mostraram ter raízes sólidas nas comunidades onde vivem. A maioria nasceu no local, após seus pais ou avós terem migrado de cidades do interior ou de outros estados. Todos contam histórias parecidas de busca por uma vida melhor, com mais oportunidades, e da falta de condições para morar em bairros com melhor infraestrutura – o que acabou “empurrando” suas famílias para as favelas.

Ao mesmo tempo em que o passado é lembrado de forma nostálgica – com memórias da infância entre amigos, numa época de menos violência e mais união entre os moradores – os entrevistados também destacam que viviam em condições mais precárias. Tais dificuldades parecem ter reforçado os laços de amizade com a vizinhança, contribuindo para tornar o dia a dia mais viável. Muitos relatam ter tido apoio quando precisavam deixar os filhos com alguém, comprar “fiado” na mercearia, ou mesmo pedir dinheiro e comida emprestado aos vizinhos. Além dos laços com os vizinhos, verificou-se que a maioria dos entrevistados morava com outros familiares – pais, avós, tios, sobrinhos – na mesma casa ou em casas contíguas. Tal proximidade com a família pode ser explicada pela valorização da base familiar, mas também por limitações de renda e, ainda, pela percepção de que o apoio da família é importante e necessário:

Família é meu chão, minha estrutura. Sem família, a gente não tem apoio.
(Cidade de Deus)

Minha avó veio para o morro quando se casou e minha mãe já nasceu aqui, há 50 anos, junto com seus seis irmãos. Todos estão aqui, filhos, netos e sobrinhos. (Morro Santa Marta)

No dia a dia, são pessoas que possuem uma rotina bastante dura, com muitas horas de trabalho fora e ainda com uma jornada adicional para cuidar da casa e dos filhos, especialmente entre as mulheres. Há os que possuem empregos formais com registro em carteira – como operador de máquinas, auxiliar de serviços gerais, vigilante – e os que trabalham sem registro formal, como manicures e faxineiras, além daqueles que possuem seu próprio negócio, como mercearias e *lan houses*:

A rotina é super cansativa. Acordo cedo e antes do trabalho já adianto o serviço da casa. Saio para o trabalho e na volta termino de fazer as coisas e o jantar. (Rocinha)

O dinheiro, ou a falta dele, não foi um ponto de destaque no discurso dos entrevistados, sugerindo haver uma sensação de conformismo. Uma parte afirma ter uma vida relativamente confortável, sem luxos, mas com tudo o de que precisa. Já outra parte relata nem sempre conseguir pagar todas as contas ao final do mês, o que por vezes leva à necessidade de fazer trabalhos extras no final de semana, os chamados “bicos”. Poupança e planejamento financeiro ainda estão distantes da realidade dessas pessoas. Apesar de expressarem o desejo poupar para o futuro, raramente conseguem. O que eventualmente sobra acaba sendo gasto com novas aquisições ou no pagamento de dívidas:

Não consigo poupar. Minha família gosta de comer muito bem. Não gosto de comer nada de qualidade ruim, seja o preço que for. Já que não posso ter tudo que quero, pelo menos vou comer tudo o que quero. (Cidade de Deus)

Às vezes consigo guardar um pouquinho sim, mas preciso deixar de fazer um cabelo, uma manicure. Só assim para sobrar algo. (Rocinha)

Nas favelas estudadas, as mulheres aparecem como as grandes responsáveis pelo controle do orçamento e das prioridades de consumo do lar, resultado que se mostra em linha com o que apontou Sarti (2011). As mulheres entrevistadas são na maioria casadas, mas afirmam serem elas que cuidam da casa, pagam as contas no banco e fazem as compras. Este resultado se confirma também quando são analisados os homens que fizeram parte da pesquisa, já que poucos admitem ajudar além de prover o dinheiro para a casa.

Ao falar da realidade e da infraestrutura poucos anos antes da chegada da UPP à comunidade, parece haver um choque de realidade. Os participantes trazem temas bastante duros, como a precariedade de itens básicos como acesso a água, luz, gás e esgoto, falta de iluminação e, principalmente, falta de segurança e tranquilidade com a presença maciça do tráfico. Com relação à infraestrutura, todos falam da dificuldade de se ter energia elétrica e da péssima qualidade daquela que tinham. Como a empresa fornecedora de luz simplesmente não levava seus serviços às comunidades, a única solução possível era “puxar” a luz da rua e distribuir através de ligações clandestinas a todos da favela. Se, por um lado, essa energia não tinha custo, por outro oferecia riscos de ligações mal feitas, energia intermitente, picos que danificavam os aparelhos em casa e pouca iluminação nas ruas, o que aumentava ainda mais a insegurança. Ainda, se faltasse luz, pouco se podia fazer e por vezes dias se passavam até que fosse providenciado um reparo nas instalações de luz do local:

Antes, quando acabava a luz, a gente esperava a boa vontade da Light vir consertar, e a comida estragava na geladeira. Eles não vinham, pois a gente não pagava, por que viriam? (Morro Santa Marta).

Não apenas o acesso à energia elétrica era escasso, mas também o acesso a outros serviços básicos, como água e esgoto, telefonia, TV por assinatura, internet, bancos e comércio. Vários deles ainda permanecem bastante deficitários – como esgoto e água –, mas outros começaram a ser solucionados antes mesmo da entrada das UPPs, ainda que de maneira informal. Os itens de consumo básicos abordados antes da pacificação foram:

- Acesso à internet: em grande parte era feito através de pequenas *lan houses* que se estabeleciam nas comunidades. O acesso pessoal poderia ser feito com telefones celulares ou modems para computadores pessoais vendidos por operadoras de celular.
- Telefonia fixa: as operadoras praticamente não ofereciam o serviço nas comunidades, o que fez com que a população optasse pela telefonia celular. Hoje afirmam que o celular está tão arraigado nas suas rotinas que pouco precisam de uma linha de telefone fixo.

- TV por assinatura: nenhuma empresa oferecia seus serviços formalmente. Com isso, se formaram pequenas centrais clandestinas que distribuíam a TV por assinatura a um custo bastante inferior – os chamados “gatonet”. Segundo os participantes, o serviço era pago através de carnês, como se fossem de empresas formais e, embora a qualidade deixasse a desejar, a população tinha acesso a todos os canais, sem restrições.
- Água: nas comunidades estudadas, os entrevistados já possuem acesso à água há vários anos, sendo que a maioria paga normalmente pelo serviço. Alguns mencionam que o crescimento desordenado da favela tem ocasionado falta de água em diversas situações.
- Esgoto e lixo: o recolhimento de lixo e escoamento de esgoto foi um problema que pouco evoluiu dentro das comunidades nos últimos anos. Além do lixo que se acumula e que é descartado sem o devido cuidado, muito do esgoto ainda corre abertamente e, em alguns casos, só não é pior por conta de obras realizadas pelos próprios moradores.
- Bancos: praticamente não havia bancos. Os poucos entrevistados que tinham conta corrente antes da pacificação eram empregados formais com registro em carteira que recebiam seus salários em conta corrente. Acessavam bancos de bairros próximos e relatam dificuldades para ir até agências distantes de seu trabalho e de suas casas.
- Comércio: sempre existiram as pequenas mercearias e bares ou lanchonetes, tipicamente informais. A questão é que eram em menor número e com pior qualidade do que atualmente, sem grandes possibilidades de entretenimento, pois sair à noite nas favelas era sempre difícil e inseguro.

Um ponto de insatisfação recorrente nas entrevistas é a relação com o governo e o tráfico. Do lado do governo, os entrevistados relatam ter sentido um completo abandono no passado. Afirmam ainda que o pouco que se fazia era apenas na entrada das comunidades, a chamada “parte baixa”, com medidas que eram mais voltadas para o aspecto estético do local do que propriamente para trazer ganhos de qualidade de vida aos moradores. Esta sensação de abandono encontra relação com o trabalho de Ferreira (2009), que expõe que o poder público, nas raras situações em que se envolvia nestas comunidades, optava por obras de embelezamento urbano e medidas apenas paliativas, ao invés de buscar políticas de inclusão social, geração de empregos, e desenvolvimento de saneamento e de transportes coletivos.

A presença da criminalidade foi outro ponto de impacto extremamente negativo na vida da comunidade. A falta de segurança no dia a dia, com ruas mal iluminadas e a sensação iminente de se viver “em guerra”, acabava cerceando o direito de ir e vir dentro das favelas. Segundo os entrevistados, este fator, somado à falta de policiamento e à postura violenta da força policial nas favelas, também contribuíam para a sensação de abandono:

Antes, gente da minha família não aparecia aqui nem por um decreto. Tinha até vergonha de chamar aqui e acabar saindo tiroteio. (Cidade de Deus)

Por fim, é possível destacar duas visões do passado, de acordo com os entrevistados: um passado mais remoto, dos tempos da infância, em que a infraestrutura era precária, mas a comunidade era tranquila e segura, sem a presença do crime e do tráfico; e um passado mais recente, até em torno de cinco anos atrás, com infraestrutura ainda precária, mas um pouco melhor do que antes, mas com alto grau de insegurança causado pelo tráfico e pela criminalidade - agravado ainda pelo sentimento de abandono do poder público e pelas intervenções policiais violentas que em nada garantiam paz e segurança para a comunidade.

4.2. A chegada da UPP e novos cenários

De maneira geral, os entrevistados relatam ter vivido uma melhora considerável em suas vidas nos últimos anos. Sentem ainda que este ganho não foi apenas para a comunidade, e sim mais abrangente. Entre as principais mudanças, nota-se o aumento de renda e do acesso a crédito, o que tem impacto sobre o poder de consumo, que, por sua vez, se reverte em maior acesso à educação, melhor alimentação e melhor conforto dentro de casa. O acesso a melhores empregos e a um transporte de melhor qualidade, com mais linhas de ônibus e metrô, também foi mencionado. Boa parte destas mudanças não são necessariamente frutos da entrada da UPP, mas são vistos como decorrentes de ações recentes do governo, como o Bolsa Família e a instalação de creches, de escolas e de cursos técnicos próximos da favela – pontos positivos na opinião dos entrevistados, apesar da já mencionada sensação de abandono pelo poder público em relação à segurança e à infraestrutura:

Mudou muito. No tempo da minha mãe, a gente não comprava carne de primeira, nem de segunda. Hoje você consegue ir no mercado e compra uma alcatra. Hoje os jovens têm mais oportunidade de estudar. Aqui na comunidade tem cursos de graça. Mudou para todo mundo, o povo está cobrando mais. (Cidade de Deus)

Eu era pobre, não tinha nada. Hoje eu tenho tudo, geladeira, fogão, minha casa. (Morro Santa Marta)

Inicialmente, a chegada da polícia pacificadora nas comunidades foi vista com desconfiança. A força da criminalidade e a rara presença de policiais nas favelas por anos fizeram com que muitos pensassem que a pacificação seria algo passageiro. A confiança de que seria uma medida mais duradoura veio para a maioria com o passar dos meses e dos anos. O conjunto dos entrevistados ressaltou de forma consistente que a segurança foi o principal e imediato benefício com a chegada da UPP. Essa sensação de segurança está associada ao fim da presença diária e constante do tráfico e do contato com pessoas armadas à luz do dia, circulando pela comunidade, inclusive na presença de crianças. Ter de volta o direito de circular livremente pela comunidade, sem medo, inclusive à noite, foi a grande conquista de um grupo que se sentia tão cerceado pelo tráfico.

Além da questão da segurança, que foi o único ponto de unanimidade entre os entrevistados, há diversos outros pontos a explorar, mas que tiveram opiniões divididas. Por exemplo, se, por um lado, a maioria dos entrevistados vê a nova geração de policiais como pessoas mais amigáveis e mais cientes de seu papel na comunidade, por outro lado alguns dizem que ainda há casos de abuso de poder, com moradores comuns sendo confundidos e abordados como criminosos, além de rispidez e intromissão de alguns policiais no direito privado dos moradores, repreendidos por ouvir música alta, fazer churrascos e festas, e circular pela favela de madrugada. Carneiro (2011) também destacou este ponto como uma das críticas ao modelo de pacificação das favelas, mencionando o quanto o policiamento cerceia a vida comunitária das favelas, restringindo festas e bailes. Estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa Social (IBPS, 2010), com moradores de favelas pacificadas e não pacificadas, também traz evidências desse sentimento de desconfiança.

Outro ponto que dividiu opiniões foi infraestrutura e acesso a comércio e serviços nas favelas após a pacificação. Essa diferença de visões teve uma clara relação com a parte da favela onde os entrevistados moravam: aqueles que residiam próximos à entrada ou na sua “parte baixa” são os que mais relatam ganhos após a UPP. Foram esses moradores que parecem ter tido mais acesso a ruas e becos pavimentados, melhor iluminação pública, TV por assinatura, internet, telefonia e ampliação do comércio. Aqueles que moram em partes menos acessíveis, longe da entrada da favela ou na sua “parte alta”, em sua maioria afirmam que a infraestrutura pouco mudou e que poucos novos serviços chegaram às suas casas. Neste ponto, é como se para eles a vida continuasse como antes – exceto pela já mencionada questão da segurança, reconhecida por todos. Por fim, existe ainda um grupo de entrevistados que, mesmo vivendo em áreas da comunidade atendidas por variadas obras de infraestrutura, possui uma visão crítica e pessimista sobre a qualidade destas obras:

Acho que mudou mais ou menos, sinto que é só maquiagem para fazer bonito. De vez em quando vem o RJ TV falando das obras, mas quando chove, você precisa ver a quantidade de lixo que desce. É horrível. Na parte alta da favela é ainda pior, pois eles não fizeram nada lá. (Morro Santa Marta)

A instalação de creches também divide as opiniões dos entrevistados. Alguns afirmam que houve, sim, criação de unidades adicionais pós-UPP e que há mais transparência e menos necessidade de “indicação” para conseguir vagas. Outros já acham que, mesmo com novas creches, ainda há muito a melhorar, pois muitas mães que trabalham não conseguem vaga para seus filhos e ainda precisam lançar mão de “influência” para conseguir uma vaga.

Por fim, o turismo foi observado mais fortemente no Morro Santa Marta e na parte baixa da favela da Rocinha. A Cidade de Deus ainda não parece ter o turismo como algo frequente na comunidade. Parte dos entrevistados vê o turismo de maneira neutra ou positiva, pois promove o nome da comunidade, chama a atenção para o local de maneira positiva e ainda incrementa o consumo local, ajudando comerciantes e donos de bares. Isto corrobora a visão de Quaino (2011) sobre como os visitantes passageiros e turistas

impulsionam o comércio e os serviços locais, trazendo incremento de renda aos pequenos negócios. No entanto, outra parte vê os turistas com desconfiança, por não respeitarem o espaço dos moradores.

Dada esta diversidade de opiniões, foi possível identificar três grupos distintos entre os participantes do estudo, no que se refere à visão dos efeitos da pacificação sobre suas vidas e sobre a comunidade: otimistas, neutros e pessimistas. Os otimistas associam a pacificação a vários pontos de melhoria na comunidade e no seu dia a dia. Afirmam que os policiais enviados às UPPs são de uma nova geração, com menos “vícios” e menos propensos a abusos de poder e a fazer alianças com o crime. Avaliam ainda de maneira positiva a entrada de fornecedores de energia elétrica, de telefonia, de internet e de TV por assinatura, e acham que a chegada de bancos e de comércio facilita a vida da comunidade. Os neutros têm opiniões divididas. São capazes de encontrar pontos positivos, como o acesso à energia elétrica formal, melhor infraestrutura na favela e no entorno, mas também possuem uma visão descrente em outros pontos. Acham que nem todo o progresso da comunidade veio com a UPP e que as melhorias que de fato podem ser associadas à UPP não lhes são tão úteis, como mais comércio, TV por assinatura, internet. Usam pouco estes serviços ou, quando utilizam com mais frequência, afirmam estar satisfeitos com a qualidade do que tinham antes. Também fazem críticas ao policiamento por não atingir toda a favela igualmente. Já os pessimistas – o menor grupo – não veem a pacificação com bons olhos. Apesar da clara sensação de segurança, têm uma visão negativa em relação à polícia e acham que a pacificação não terá vida longa e que em breve voltarão a viver como antes. Temem ainda que a UPP exerça o mesmo poder de cercear a vida dos moradores como antes fazia o tráfico. A entrada de novas empresas é vista como algo que “força” as pessoas a pagar por serviços caros e não necessariamente melhores.

4.3. Novas empresas e novos modos de consumo

Com o incremento da segurança e a facilidade de acesso às comunidades após a pacificação, o ambiente de negócios se tornou muito mais favorável, levando diversas empresas e pequenos comércios a se instalar nas favelas. Quaino (2011) já mostrava que o melhor acesso de pessoas, aliada à vista privilegiada da cidade de alguns morros, facilitam a circulação de pessoas e fomentam o comércio. Na visão dos entrevistados, a instalação de novas empresas nas favelas pacificadas trouxe não apenas novas possibilidades de consumo, mas também mais qualidade de serviço e a sensação de inclusão no mercado consumidor, permitindo que eles possam exercer seus direitos, reclamar por qualidade e viver com mais conforto:

Várias empresas estão interessadas no pessoal da favela, Claro, TIM, plano de saúde, empresa de celular dando chip. Todo dia a gente vê alguém diferente. (Morro Santa Marta)

Os entrevistados relataram que, logo após a pacificação, a primeira empresa a se estabelecer foi a Light, que entrou para instalar relógios e cobrar formalmente pela conta de luz, antes acessada através de ligações clandestinas. Apesar de ser uma situação onde claramente não há escolha senão assumir que conta de luz será um novo gasto para o

orçamento do lar, os entrevistados não parecem ver a conta de luz apenas como um peso no orçamento, já que a instalação do relógio garante um fornecimento contínuo e sem os picos que tanto danificavam os aparelhos em casa. Um dos principais pontos de insatisfação em relação aos antigos “gatos” era justamente as interrupções, que poderiam durar dias e causar diversos transtornos. Hoje, têm a sensação de que, como pagam, podem exigir serviço de qualidade. Acreditam que é o correto pagar pelo serviço que se usa, assim como todos o fazem. Isso, em certa medida, gera uma sensação de pertencimento à sociedade da qual sempre se sentiram excluídos. Apenas os entrevistados residentes na parte mais alta da Rocinha afirmam que para eles nada mudou e que as ligações permanecem clandestinas:

Acho bom ter o relógio. É mais organização. Vou ter como reclamar. Se queimar uma coisa minha, eu reclamo. Sem o relógio, tenho vergonha. Se acaba a luz, como posso chamar a Light? [...] Prefiro ter as coisas legalizadas e direitinho, para ter direitos. (Cidade de Deus)

Para a gente aqui nada mudou. Nada chegou aqui em relação a ter relógio. Sempre foi ‘gato’ e continua sendo. (Rocinha)

Outro ponto que contribui para a sensação de pertencimento e que também advém da instalação da energia elétrica é a possibilidade de ter um endereço formal. As ruelas e becos têm sido devidamente registrados, dando aos moradores a possibilidade de ter um endereço. O endereço facilita sobretudo não apenas o recebimento de correspondência, mas também a abertura de linhas de crédito em lojas, bancos e financeiras:

A Light chegou, mapeou as casas, numerou, criou nome das ruas, pois antes era tudo beco e sem número. Com isso, instalaram a luz, mandaram a conta. (Morro Santa Marta)

Agora eu posso chegar e, com um comprovante de residência, posso abrir uma conta no banco, fazer um empréstimo. Isso abre portas para você. (Cidade de Deus)

A questão do crédito também apareceu no discurso dos entrevistados, mas de maneira moderada. Poucos mencionam contrair empréstimos em bancos ou financeiras, embora esse tipo de empresa tenha se instalado nas comunidades pacificadas. Os bancos são usados com mais frequência para movimentar conta corrente e fazer saques, e menos para a obtenção de empréstimos. O crédito, quando mencionado, vem principalmente do cartão de crédito, do qual muitos já fazem uso, e dos carnês de lojas de artigos para o lar, como eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Equipar a casa, para o grupo pesquisado, é o essencial do consumo antes de se partir para a compra de outros itens. Todos os entrevistados tinham TV de LCD e ou de tela plana, computadores e salas e cozinhas equipadas com boa variedade de aparelhos.

A unânime presença de aparelhos de TV vem alinhada à forte entrada da TV por assinatura. Os entrevistados relatam que apenas poucos dias após a instalação da UPP já havia empresas prestadoras deste tipo de serviço fazendo plantão para a venda de pacotes. Neste caso, porém, nem sempre o serviço formal foi visto com bons olhos. Apesar da melhor qualidade do sinal e de não haver quedas no fornecimento do serviço, houve recorrentes

reclamações sobre os pacotes ofertados. Muitos disseram que os preços eram atrativos, mas que a oferta de canais era muito reduzida quando comparada à do serviço clandestino. Sem dúvida, este foi o serviço com o qual os participantes demonstraram maior dificuldade de adaptação, seja por conta do número reduzido de canais ou em função do custo:

Um dos primeiros serviços que entrou na favela foi a TV a cabo. Já começaram colocando promotor, o pessoal se deslumbrou fazendo contratos, todos querendo ser os primeiros. Um ano depois várias pessoas não queriam mais porque não podiam mais pagar. (Morro Santa Marta)

A forte presença de computadores na casa dos entrevistados traz à tona a necessidade de acesso à internet. Para a maioria dos participantes, ter uma internet de qualidade e alta velocidade se mostrou tão importante quanto a presença dos computadores em suas casas. Oferecido por operadoras de TV por assinatura e de telefonia, este é outro serviço que foi agregado ao orçamento, mas de uma maneira bastante positiva, com a sensação de haver uma ótima relação custo-benefício.

O comércio também parece ter aberto novas possibilidades de consumo para os moradores das favelas pacificadas, especialmente em função da abertura de mais lojas, com a maioria aceitando cartão de crédito. Alguns participantes afirmaram que ter mais lojas estimula a concorrência e reduz os preços, além de aumentar a conveniência de se poder comprar o que se deseja perto de casa. Redes de lojas de eletrodomésticos e de artigos para o lar foram bastante citadas por oferecerem mais facilidade de crédito, principalmente pela já citada importância atribuída a esse tipo de produto:

A mudança que eu percebi é que avançou mais o comércio. Até aqui em cima onde eu vivo abriu mais lojinhas, salões. Inaugurou uma Casas Bahia e um Ricardo Eletro aqui, que não tinha. (Rocinha)

O ponto interessante, porém, é que nem todos os entrevistados afirmam consumir nestes estabelecimentos. Apesar da vantagem das entregas em domicílio – que tipicamente não são feitas por lojas em outros bairros –, há os que acreditam que os artigos vendidos na favela custam mais caro do que em lojas de rua tradicionais. Esse alto valor foi associado a dois motivos: trazer produtos para a favela não seria tão simples como abastecer uma loja fora dali, e a maior circulação de pessoas e turistas acabaria levando o comércio a especular sobre o poder de consumo dos que circulam por ali. Os entrevistados se ressentem dessa realidade e afirmam que, nestes casos, os prejudicados são os próprios moradores da favela, que ganham menos e acabam tendo que pagar mais caro. Por isso, alguns dizem que compram, sim, na favela, mas outros afirmam preferir pesquisar preços e fazer suas compras em lojas fora dali:

Tem diferença de preço sim. Aqui sempre tudo é mais caro. Não sei te dizer por quê. Eu me pergunto se é porque eles compram de alguém que revende e por isso sai mais caro. (Cidade de Deus)

A gente pesquisa bastante antes de fazer as compras, buscando os preços nos supermercados daqui e da Barra. Aqui não tem tantas opções de supermercado com preço bom. (Rocinha)

Com relação à questão da entrega em casa, foi possível observar uma grande frustração por parte dos que moram nas partes mais altas das favelas. Segundo eles, as empresas não enviam entregadores para essas partes e, em muitos casos, o item vai até metade do caminho e cada comprador fica responsável por levá-lo para casa – o que gera um enorme desconforto:

As Casas Bahia não entregam em casa exatamente, pois deixam no pé da ladeira e todos têm que buscar lá embaixo. Agora com CEP e endereço, é obrigação deles entregar na minha porta. (Morro Santa Marta).

Os serviços de bares e de restaurantes também foram avaliados de forma positiva, tanto em relação à melhor qualidade dos bares quanto pela chegada de novos restaurantes e pizzarias. O público entrevistado afirma frequentar esses lugares, ainda que eventualmente, e que esse é um prazer de que querem desfrutar. Para isso, pesa muito não apenas o surgimento de novas opções de entretenimento, mas também a segurança como fator fundamental que permite que as pessoas possam ir a um bar ou restaurante jantar sem o medo da criminalidade rondando a comunidade à noite.

Os entrevistados apontaram, ainda, que a oferta de salões de beleza cresceu bastante nas favelas, principalmente após a chegada das UPPs. As mulheres entrevistadas se mostraram bastante ligadas a cuidados pessoais, especialmente unhas e cabelos. Embora muitas cuidem dos cabelos em casa, a ida aos salões também se mostrou frequente, ampliando as despesas com essa categoria:

Aqui perto de casa tem um salão que fica lotado. Todo dia vem gente da rua para cá. Isso não acontecia antes. (Morro Santa Marta).

Em resumo, o aumento do consumo após a entrada das UPPs nas favelas parece estar associado a dois fatores principais: o surgimento de novos estabelecimentos comerciais e de serviços nas comunidades, e a segurança. Segundo entrevistados, a segurança permite a ida a *shoppings* e a lojas fora da favela com mais tranquilidade, levando-os a consumir um pouco mais, ainda que não necessariamente dentro da favela. Isto confirma que a segurança foi, de fato, o grande estopim para o incremento do consumo, pois conferiu liberdade de movimentação dentro e fora da favela, em qualquer horário.

É tanto comércio, tanta portinha aberta vendendo de tudo. Você encontra alguém na rua e a pessoa já te diz que abriu um negócio. É muita coisa que não tinha antes: loja de roupas, sapatos, salão de beleza então nem se fala. É muito! (Cidade de Deus)

Por fim, considerando todos os fatores que podem impactar o consumo dos moradores de favelas pacificadas, observamos haver dois grupos distintos de consumidores: os de consumo leve a moderado e os de consumo elevado. Os moradores do primeiro grupo

são pessoas que se beneficiaram basicamente da energia elétrica formal e da instalação da TV por assinatura. Usam o comércio local apenas quando precisam de alguma compra urgente e consomem de forma moderada. Dizem não ter capacidade de contrair mais despesas, ou são mais reticentes por achar que as coisas na favela custam mais caro. Açam interessante a maior oferta de produtos e serviços, mas gostariam de ter acesso a preços mais atraentes:

Não gasto muito mais hoje. Não sou de ficar comprando por aí. Ainda mais que aqui é mais caro. Por isso continuo comprando lá fora como fazia antes. (Cidade de Deus)

Os moradores do segundo grupo se mostram entusiasmados com a chegada de novas empresas e novos serviços. Açam que ter acesso a luz, a internet, a TV por assinatura, a telefonia, a lojas de eletrodomésticos e a bares e restaurantes os insere melhor na sociedade. Ficam satisfeitos porque hoje possuem um endereço, um comprovante de residência, e isso lhes abre portas. Gostam da ideia de ter lojas interessantes perto de casa, de comprar sem precisar ir muito longe e de ter bares e restaurantes para se divertir nos finais de semana:

Minha rotina mudou. Eu não saía de casa e agora eu consigo sair com meu marido e meus filhos. Aí, nestas saídas eu acabo comendo fora, comprando uma coisinha ou outra. Acaba gastando mais. (Rocinha)

4.4. O que esperar do futuro?

Tendo em vista as diversas mudanças vividas pelos moradores das favelas pacificadas, grande parte dos entrevistados vê o futuro de maneira positiva. Essa visão, no entanto, parece ter começado antes da pacificação, com o incremento de renda, com o acesso ao Bolsa Família e com a criação de mais creches e escolas. As UPPs vieram em um segundo momento para consolidar a percepção de que, finalmente, o governo passou a olhar para este grupo de pessoas com uma visão de longo prazo. Desta forma, verificou-se o surgimento de uma perspectiva de futuro e a possibilidade de fazer planos, que se nota fortemente no discurso de cada pessoa que fez parte do estudo. Sua visão de futuro perpassa basicamente três pontos: futuro dos filhos ou netos, uma casa melhor, e realização profissional.

Com relação aos filhos ou netos, parte da preocupação que tinham com seu futuro se resolveu com a entrada da UPP. Não ter mais contato diário com pessoas armadas que circulavam diariamente entre as crianças da favela mostrou-se um ponto de alívio para pais e avós. Ninguém se conformava com a ideia de ver seus filhos e netos crescerem acreditando que aquilo era normal:

Queria ver minhas filhas encaminhadas na vida, estudando. (Morro Santa Marta).

Sempre que posso eu guardo um dinheirinho, nem sempre consigo. Mas é tudo pensando nos meus filhos. (Rocinha)

A questão da moradia também aparece no discurso de todos. Muitos não possuem residência própria e precisam pagar aluguel ou viver com outros familiares. Os que moram em imóveis alugados mostram forte desejo de adquirir uma casa própria. Aqueles que moram com familiares desejam poder fazer suas casas próximas ou na laje da casa da família. É uma forma de ganhar privacidade, sem deixar de estar perto da família – ponto muito valorizado pela maioria:

Eu teria uma casa própria, um carrinho para me levar onde eu quisesse. Dar uma casa para cada filho. Eles poderiam fazer o que quisessem com a casa, mas ao menos eu ajudava cada um. (Cidade de Deus)

Eu compraria uma casa para mim, aqui na favela, mas o problema é que os preços estão absurdos. (Morro Santa Marta)

Por fim, a maioria dos entrevistados – especialmente os mais jovens, abaixo de 30 anos – confere grande importância à questão do estudo e da realização profissional. Mais do que apenas sobreviver do salário, alguns demonstraram o desejo de ir além, com planos de voltar a estudar, de cursar faculdade ou um curso técnico para, dessa forma, ter acesso a trabalhos mais qualificados e valorizados:

Minha ambição é ser uma profissional melhor, fazer cursos e me estabilizar. Com isso, o dinheiro flui, né? (Morro Santa Marta)

Meu sonho é passar num bom concurso... Vou tentando, uma hora quem sabe eu passo? Aí vou tentando, não custa nada. Quero fazer uma faculdade, mas preciso ter condições de me manter nela por todo o curso. (Cidade de Deus)

Estes sonhos, porém, encontram dificuldade de realização muito em função da falta de planejamento financeiro ou de uma poupança. Alguns reconhecem a necessidade de poupar, mas não conseguem ter “sobras” em seu orçamento mensal. Sabem, portanto, que a falta de reservas os impede de fazer planos mais ambiciosos. Mesmo assim, se sentem otimistas com relação ao seu futuro e ao de sua família. Mesmo aqueles que pouco relacionam seu otimismo com os resultados da pacificação ainda assim imaginam um futuro promissor para suas vidas.

5. Considerações Finais

Morar em uma favela, para a maior parte dos participantes, não foi uma decisão pessoal, mas sim de seus pais e avós que para lá migraram há vários anos. Os entrevistados cresceram e construíram suas famílias e amizades na comunidade. Observa-se que o ambiente é imensamente agregador e que, a despeito dos inconvenientes como falta de privacidade, a sensação de cooperação e de acolhimento é grande. Essa sensação, porém, parece ser resultado das dificuldades encontradas. A vida na favela envolvia muitos desafios, tais como falta de infraestrutura e de policiamento, e a percepção de que o governo não enxergava aquele local como merecedor de investimentos e melhorias, criando um sentimento de exclusão – da cidade e da sociedade.

O cenário começou a mudar alguns anos antes da chegada das UPPs, com o aumento da renda e o maior acesso a escolas, a creches e a cursos. O baixo nível de desemprego vivido no país nos últimos anos contribuiu para aumentar a sensação de segurança financeira das famílias, potencializando ainda mais o consumo. Nesse sentido, o consumo desses moradores de favelas pacificadas cresceu no período, mas de forma diferente nesses dois momentos. Antes da pacificação, já com maior renda advinda do trabalho ou de benefícios como o Bolsa Família, as casas passaram a ter mais aparelhos eletrodomésticos, computadores, TVs mais sofisticadas e outros itens de conforto. Nesse primeiro momento, a ideia dos entrevistados era equipar a casa para seu bem-estar, mas também para atrair as crianças e jovens para dentro de casa, evitando o contato com os traficantes que circulavam livremente pela favela à luz do dia.

Após a pacificação, o aumento de consumo se deu primeiramente através de serviços como energia elétrica, internet e TV por assinatura, e secundariamente através do comércio local, de bares, de bailes e de festas, mencionados como fonte de aumento de consumo apenas para parte do grupo pesquisado. Há também aqueles que consomem mais em lojas, em bares, em restaurantes e em *shoppings*, mas não necessariamente dentro da favela. Dizem consumir fora da favela por acharem que o comércio da comunidade cobra mais caro e porque agora possuem liberdade para sair a qualquer horário e voltar mais tarde com segurança.

Segurança é, nesse contexto, um ponto-chave. Apesar de algumas queixas quanto ao comportamento de policiais no trato diário com os moradores, a percepção de segurança que passou a fazer parte do dia a dia dessas favelas foi ressaltado por todos, e parece ter sido o grande estopim para o incremento do consumo. A conquista do direito de ir e vir, que permeou a vida dos moradores e dos comerciantes, foi fundamental para que se instalasse um ambiente favorável aos negócios dentro e fora das favelas. Um ambiente seguro permitiu a chegada de mais empresas, de comerciantes, de novos pontos de entretenimento, de bares e de restaurantes. Como consequência, aumentou o fluxo de pessoas em toda a favela e também chegaram visitantes e turistas, que contribuíram para incrementar a economia do local. Se, por um lado, alguns moradores dizem que isto aumenta os preços do comércio da comunidade, por outro incentiva a abertura de mais lojas e o aumento da concorrência, promovendo a melhoria dos serviços e a queda de preços.

A liberdade de movimentação também parece ter potencializado o comércio fora das favelas. Como têm liberdade de sair e de voltar mais tarde sem receios de represálias, as pessoas conseguem visitar o comércio de outros bairros e os *shoppings* próximos. Uma vez que podem sair mais, comparam mais preços, experimentam serviços de melhor qualidade e passam a exigir mais do próprio comércio local, forçando-os a melhorar sua oferta.

A paz trouxe ainda a perspectiva de se ter um endereço formal. Com ruas e becos mapeados e endereçados, abrem-se as portas para as compras *online*, já que produtos podem ser entregues em domicílio, e amplia-se o acesso a crédito, facilitando a aquisição de produtos de maior valor (BARONE; EMIR, 2008). Esses pontos também parecem ter contribuído para o consumo das famílias pesquisadas.

A partir dos resultados do estudo, foi possível verificar a expansão do consumo desse grupo de moradores de favelas pacificadas. Também cabe destacar a existência de um potencial reprimido de consumo que, somado a uma visão otimista em relação ao futuro, pode vir a estimular ainda mais a economia das favelas e de seu entorno. Por outro lado, merecem atenção os mais recentes dados sobre o enfraquecimento da economia e o endividamento dos brasileiros (O ESTADO DE SÃO PAULO, 2013). Essa situação sugere que a continuidade do processo de crescimento do consumo dependerá, em grande medida, da evolução do cenário macroeconômico.

Tendo em vista as diferentes perspectivas que se abrem, o consumidor de baixa renda continuará sendo uma fonte bastante rica de estudos. O presente trabalho procurou dar uma contribuição nesse sentido, mas muito ainda pode ser feito e pesquisado. Uma sugestão seria buscar avaliar o potencial de consumo *online* de moradores de comunidades pacificadas que agora possuem endereço formal. Além disso, pode ser interessante dar continuidade à avaliação do impacto do processo de pacificação na vida dos moradores dessas e de outras comunidades nos próximos anos, verificando-se até que ponto a visão de futuro apresentada pelos entrevistados irá se confirmar.

Referências

- ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005.
- BARBOSA, L. **Sociedade do consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARONE, F.; EMIR, S. Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas. **Revista de Administração Pública**, v.42, n.6, 2008, p.1249-1267.
- BARROS, C. **Trocas, hierarquia e mediação**: as dimensões culturais do consumo de um grupo de empregadas domésticas. 2007. Tese (Doutorado em Administração) - Instituto Coppead, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- _____.; ROCHA, E. Lógica de consumo em grupos das camadas populares: uma visão antropológica de significados culturais. In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- CARNEIRO, J. D. Três anos de UPPs no Rio: entenda os avanços e desafios do programa. **BBC Brasil**, 19 dez. 2011. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/12/111219_qa_upps_jc.shtml>. Acesso em 31 out. 2012.
- CASTILHOS, R. B.; ROSSI, C. A. V. Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. In: ROCHA, A.; SILVA, J. C. F. **Consumo na base da pirâmide**: estudos brasileiros. Cap. 3. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.
- CHAUVEL, M. A.; MATTOS, M. P. A. Z. Consumidores de baixa renda: uma revisão dos achados de estudos feitos no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 6, n. 2, 2008.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

- DAMASCENO, N. Estudo aponta aumento do poder aquisitivo em 21 comunidades. **O GLOBO**, Rio de Janeiro, 2 jun. 2013. Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/estudo-aponta-aumento-do-poder-aquisitivo-em-21-comunidades-8564339#ixzz2iNkhCJ88>>. Acesso em 05 ago. 2013.
- DUALIBI, J; BORSATO, C. Ela empurra o crescimento. **Revista Veja**, ed. 2054, 2008. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/020408/p_082.shtml>. Acesso em: 15 out. 2012.
- FECOMÉRCIO-SP (Federação do Comércio de São Paulo). **A evolução da classe média e seu impacto no varejo**. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.fecomercio.com.br/arquivos/arquivo/estudo_da_classe_media_fevereiro_2012_ljiaiah_9aa.pdf>. Acesso em: 31 out. 2012.
- FERREIRA, A. Favelas no Rio de Janeiro: nascimento, expansão, remoção e, agora, exclusão através de muros. **Revista Bibliográfica de Geografia y Ciências Sociales**, v. XIV, n. 828, 2009.
- FOLHA DE SÃO PAULO. Para entender o processo de pacificação das favelas do Rio. **Jornal Folha de São Paulo**, 16 dez. 2011. Disponível em: <<http://direito.folha.uol.com.br/4/post/2011/12/para-entender-o-processo-de-pacificacao-das-favelas-do-rio.html>>. Acesso em 28 out. 2012.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais. 11ª ed., Rio de Janeiro: Record, 2009.
- HART, S. L. Innovation, creative destruction and sustainability. **Research Technology Management**, v. 48, n. 5, p. 21-27, 2005.
- HART, S. L. **Capitalism at the crossroads**: next-generation business strategies for a post-crisis world. 3. ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall: 2010.
- _____.; CHRISTENSEN, C. The great leap: driving innovation from the base of the pyramid. **MIT Sloan Management Review**, v.44, n.1, p. 51–56, 2002.
- HENRIQUES, R.; RAMOS, S. **UPP Social: ações sociais para a consolidação da pacificação**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/datacenter/ie/pdfs/seminarios/pesquisa/texto3008.pdf>>. Acesso em 28 out. 2012.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010 – Aglomerados subnormais: primeiros resultados**. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.
- IBPS - Instituto Brasileiro de Pesquisa Social. **Resumo executivo da pesquisa sobre o impacto das unidades de policia pacificadora nas favelas da cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IBPS, 2010.
- IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Trajetórias da população de baixa renda no mercado de trabalho metropolitano brasileiro. **Comunicados do IPEA**, n.114, 2011.
- KARNANI, A. The mirage of marketing to the bottom of the pyramid: how the private sector can help alleviate poverty? **California Management Review**, v. 49, n. 4, p. 90-111, 2007.
- MARTINS, C. Coca-Cola, Santander e SKY entram em favelas para vender mais. **Mundo do Marketing**, São Paulo, 24 mai., 2011.
- MATTOSO, C. L. Q. **Me empresta seu nome?** Um estudo sobre os consumidores pobres e seus problemas financeiros. Rio de Janeiro: Mauad, 2005.
- NERI, M. **A nova classe média**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- O ESTADO DE SÃO PAULO. Classe média sem fôlego. **Jornal O Estado de São Paulo**, 13 out. 2013. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,classe-media-sem-folego-1085152,0.htm>>. Acesso em: 21 out. 2013.
- O GLOBO. Light já reduziu em 90% ‘gatos’ de energia em cinco comunidades com UPPs. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 2 jan., 2012.

PINTO, M. R.; LARA, J. E. As experiências de consumo na perspectiva da teoria da cultura do consumo: identificando possíveis interlocuções e propondo uma agenda de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. 1, p. 37-56, 2011.

PRAHALAD, C. K. **A riqueza na base da pirâmide**: como erradicar a pobreza com o lucro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

_____.; HAMMOND, A. Serving the world's poor, profitably. **Harvard Business Review**, v. 80, n. 9, p. 48-57, 2002.

_____.; HART, S. L. The fortune at the bottom of the pyramid. **Strategy + Business**, n. 26, p.1-14, 2002.

QUAINO, L. Pacificação leva cariocas e turistas a favelas e faz negócios crescerem. **Portal G1**, Rio de Janeiro, 28 nov. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2011/11/pacificacao-leva-cariocas-e-turistas-favelas-e-faz-negocios-crescerem.html>>. Acesso em: 17 out. 2012.

REIS, P. O efeito UPP: a pacificação de favelas no Rio está valorizando os bairros próximos das comunidades e abrindo um novo mercado para construtoras e incorporadoras. **Revista Construção e Mercado**, v. 127, fev. 2012.

ROCHA, E. Os bens como cultura: Mary Douglas e a antropologia do consumo. In: DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, p. 19-48, 2004.

_____. Coisas estranhas, coisas banais: notas para reflexão sobre o consumo. In: ROCHA E. (Org.). **Comunicação, consumo e espaço urbano**. Rio de Janeiro: Mauad/PUC-Rio, p.15-34, 2006.

ROCHA, A.; SILVA, J. C. F. **Consumo na base da pirâmide**: estudos brasileiros. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SARTI, C. **A família como espelho**: um estudo sobre a moral dos pobres. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

UPP REPÓRTER (Secretaria de Segurança do Estado do RJ). **Linha do tempo da implementação das UPPs**. Disponível em: <<http://www.upprj.com/index.php/historico>>. Acesso em: 11 jun. 2013.

UPP SOCIAL. **Territórios**. Disponível em: <<http://uppsocial.org/territorios>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

ZALUAR, A. **A máquina e a revolta**: as organizações populares e o significado da pobreza. São Paulo: Brasiliense, 2000.