

Consumo de segunda mão: agência e interação entre pessoas e objetos na cidade do Rio de Janeiro

Douglas de Souza Evangelista¹

Resumo:

No centro das grandes metrópoles, mercados de rua e segunda mão proliferam e são os lugares em que complexas dinâmicas de troca, de circulação, de construção de valores e significados se desenvolvem a partir das relações entre pessoas e objetos. O objetivo deste trabalho é discutir o modo de operação das relações instauradas pela prática de um tipo específico de comércio informal como o realizado no *shopping-chão* de São Cristóvão, cidade do Rio de Janeiro.

Palavras-chaves: subjetividade, agência, interação, consumo, mercados.

Abstract:

In the center of large metropolises, street and second-hand markets proliferate and are places where complex dynamics of exchange, circulation, construction of values and meanings develop from the relations between people and objects. The objective of this work is to discuss the mode of operation of concepts such as subjectivity, agency and interaction in the relations established by the practice of a specific type of informal commerce such as the one held in the shopping mall of São Cristóvão, city of Rio de Janeiro.

Keywords: subjectivity, agency, interaction, consumption, markets.

Introdução

Neste artigo, examino as relações entre pessoas e objetos ocorridas no âmbito do mercado informal *shopping-chão*, localizado no bairro de São Cristóvão, região central da cidade do Rio de Janeiro. Tomo como ponto de partida formulações de textos clássicos da teoria social para refletir sobre as articulações possíveis entre consumo, estrutura e indivíduo, e seus efeitos exercidos sobre os sujeitos. Desenvolvo essa análise baseando-me em material compilado em minha pesquisa de campo junto aos trabalhadores do *shopping-chão* do Centro do Rio em locais como a Praça XV, Lapa e São Cristóvão. Desde 2014, com maior ou menor intensidade, venho acompanhando seus vendedores, compradores e catadores por meio de entrevistas, observação participante e registros em foto e vídeo. Embora de idades, gênero,

¹ Mestrando em Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)
douglasevangelista@gmail.com

classe social, áreas de moradia e propósitos variados, todos têm em comum o fato de serem frequentadores assíduos dos chamados brechós² de rua.

O trabalho está dividido em três partes. Primeiro, em um breve inventário, apresento minhas aproximações conceituais iniciais, as definições de categorias analíticas e escolhas metodológicas. Em seguida, faço uma discussão teórica sobre subjetividade e agência fundamentada nas leituras de Bourdieu e Sahlins, e recorro ao interacionismo simbólico de Blummer para problematizar questões como estrutura e ação social. Na terceira parte, apresento dados recentes colhidos em campo e, mais como apontamento que como conclusão, procuro pensar as relações estabelecidas entre compradores e vendedores à luz das teorias expostas.

Shopping-chão: práticas e espaços

A intensa produção material de bens em nossa sociedade, aliada à obsolescência programada como prática industrial, cria acúmulos de objetos não absorvidos pelo mercado de consumo. O regular e crescente afluxo de materiais aumenta as chances de descarte prematuro e causa graves problemas de manejo desses excedentes. Contrariando os imperativos de inovação e insaciabilidade impulsionados pelos meios publicitários, o interesse por roupas e objetos “retrô” ou “vintage”³ cresce em todo o mundo, negócio que movimenta uma rede de eventos e estabelecimentos altamente especializados através da qual circulam cifras consideráveis.

É neste cenário que no centro da cidade do Rio de Janeiro, afastado das lojas especializadas, sem o glamour dos brechós fashionistas ou a erudição e requinte dos antiquários tradicionais, um pulsante comércio informal de segunda mão promovido por vendedores ambulantes se torna cada vez mais comum. A forma de apresentação de suas mercadorias - em sua maioria objetos coletados no lixo ou obtidos através de doações - expostas em lençóis, toalhas, colchas e lonas nas calçadas, designa o nome de sua atividade: *shopping-chão*. Fusão entre a expressão anglicana sinônimo, simultaneamente, de ato e lugar de consumo, e da materialidade mais rente à rua, base e alicerce de todo espaço urbano visível, o título sintetiza bem a prática e suas ambivalências.

² Utilizo como definição de brechó o significado atribuído por meus interlocutores, ou seja, indicando a prática da venda de objetos como feita pelos vendedores do *shopping-chão*, nunca como estabelecimentos formais ou especializados.

³ Para exemplo em Antropologia ver Balthazar (2016).

Atuando de forma dispersa por toda cidade, seus vendedores formam agrupamentos de três, seis ou oito indivíduos, potencializando através desta *tática* suas possibilidades de resistência às *estratégias*⁴ (CERTEAU, 1994, p. 198) de fiscalização e ordenamento empregadas pela administração pública. Meus primeiros contatos com eles se deram em um destes pontos temporariamente ocupados na região da Lapa, centro do Rio. Observando o convívio entre moradores, compradores e vendedores, percebi o caráter precário e criativo existente em seus modos de vida. Assim, a fim de compreender melhor esses processos, inicialmente me propus a seguir a “biografia cultural das coisas” com a pretensão de detectar os percursos descritos pelos objetos do *shopping-chão*. Segundo Kopytoff (2008), ao se traçar uma biografia cultural dos objetos seria possível mapear não só suas variações de *status* (fases de vida, gradações, sobreposições e recorrências de classificações), mas também os processos sociais subjacentes que os viabilizam.

Passei, então, a acompanhar os vendedores em suas idas ao “garimpo”, mapeando pessoalmente seus lugares preferidos para coleta dos objetos, seus deslocamentos e circuitos pelos diversos pontos de venda de usados e antiguidades da cidade. Pude identificar no comércio estabelecido no *shopping-chão* uma rede de relações interdependentes que envolve pessoas e objetos em formas de convívio hierarquizadas e atravessadas por moralidades, onde as posições de maior prestígio dependem da capacidade de articulação de conhecimento técnico e histórico sobre a trajetória e proveniência de cada objeto.

Desse modo, após algum tempo, cheguei ao *shopping-chão* de São Cristóvão. Trata-se, nas palavras dos próprios frequentadores, “do maior e mais antigo” mercado de segunda mão da cidade. Localizado nos entornos do bairro, a feira ocupa uma extensa área que abarca praticamente três quarteirões: do Campo de São Cristóvão, passando pelas ruas Almirante Mariath, Monsenhor Manuel Gomes, até a Avenida Brasil e o Viaduto do Gasômetro. Durante a semana, a circulação de pessoas na região é restrita aos caminhões e poucos trabalhadores dos armazéns locais, porém aos domingos o espaço é ativado pela movimentação de uma grande quantidade de pessoas: compradores, vendedores e passantes transformam o trecho em um típico “lugar antropológico” (AUGÉ, 1994). O mercado passou a existir em algum momento da história da “feira dos paraíbas”, atual Centro Municipal Luiz Gonzaga de

⁴ Os conceitos de estratégia e tática aqui dizem respeito ao modo descrito por Michel de Certeau como indivíduos ou grupos, face à imposição de domínios e saberes, esquivam-se e transformam debilidade em força através de ações criativas nos “interstícios dos códigos que desmancham e deslocam”.

Tradições Nordestinas⁵. A princípio, este se configurava como uma extensão da feira de produtos típicos nordestinos, mas com o passar do tempo foi gradualmente se convertendo em seu atual formato multifacetado, misto de feira de alimentos, brechó, decoração, compra, venda e troca de um sem fim de objetos: dispositivos eletrônicos usados, relógios, ferramentas, livros, roupas, enfim, um verdadeiro amontoado de “trechos, troços e coisas” (MILLER, 2013).

Muitos dos vendedores, quando questionados sobre sua atividade, declaram trabalhar com “antiquidades” - ainda que sejam evidentes as diferenças entre seus objetos e os vendidos pelos antiquários. O uso desta categoria, destinada a peças oriundas de coleções, dotadas de importância histórica ou com alguma peculiaridade que as diferencie das mais ordinárias, é habilitado pelo saber adquirido sobre os objetos e as narrativas geradas pelo conhecimento de suas carreiras. Se os objetos são mediadores de nossa relação com o mundo, servindo como indicadores e marcos de nossa existência (STARACE, 2015), chegando mesmo a, no limite, “fazer pessoas”,⁶ o emprego de tal nomenclatura pelos vendedores do *shopping-chão* parece indicar antes um desejo de valorização pessoal que uma intenção exclusiva de ganho econômico. Ressemantizar, neste caso, funcionaria principalmente como atenuante do sentido marginalizado associado ao trabalho de catador e ambulante, renovando as identificações negativas de significado positivo, mais aproximado da figura do conhecedor, do negociante qualificado.

Inseridos em um contexto extremamente demarcado por fronteiras morais, ao recusar percepções depreciativas e operar criativamente as categorias disponíveis, os vendedores recriam noções próprias sobre seus papéis sociais, reivindicando o reconhecimento de sua presença e espaços legítimos de atuação, expandindo desta forma seus “campos de possibilidade” (VELHO, 2003). A partir do diálogo instituído com os compradores e antiquários, instauram-se variações em seus modos de percepção, e são estes fatores – afetos, pensamentos, desejos e medos – ajustados, reavaliados e alterados de acordo com essas

⁵ Data de 1945 o início dos primeiros movimentos que deram origem à Feira de São Cristóvão, ou Feira dos Nordestinos, como é conhecida no Estado do Rio. Nesta época, retirantes nordestinos chegavam ao Campo de São Cristóvão em caminhões, vindos para trabalhar na construção civil. A animada festa regada a muita música e comida típica, gerada pelo encontro dos recém-chegados com parentes e conterrâneos, deu origem à Feira, que permaneceu ao redor do Campo de São Cristóvão por 58 anos. Em 2003 o antigo pavilhão foi reformado pela Prefeitura do Rio e transformado no Centro Municipal Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas. Hoje, não só nordestinos frequentam a Feira para matar saudades e resgatar um pouco de sua cultura, como também cariocas e turistas de todo o país. Fonte: <https://www.feiradesaocristovao.org.br/historico>.

⁶ Para mais detalhes sobre as discussões relacionadas à “vida social dos objetos” e oposições e aproximações entre sujeitos e objetos ver Appadurai (1988), Gell (1998) e Ingold (2012).

situações que os animarão enquanto agentes (ORTNER, 2006). Na próxima seção, demonstro como os autores citados abordaram questões similares em suas formulações quanto aos processos de subjetivação e capacidade de agência dos atores sociais.

Subjetividade, agência e estrutura social

Para Bourdieu (2005), a subjetividade teria seus contornos definidos por uma estrutura social anterior ao sujeito. Em “A dominação masculina”, o autor perpassa as diversas formas através das quais a visão androcêntrica silenciosamente se impôs ao longo de um trabalho incessante como sinônimo ao “natural”. Da construção dos corpos às formas de incorporação da dominação, seu argumento ancora-se na ideia de que a internalização desta perspectiva nos leva a naturalizar diferenças culturalmente construídas, limitando nossos esquemas de percepção, como afirma no trecho:

A primazia universalmente concedida aos homens se afirma na objetividade de estruturas sociais e de atividades produtivas e reprodutivas, baseadas em uma divisão sexual do trabalho de produção e reprodução biológica e social, que confere aos homens a melhor parte, bem como nos esquemas imanentes a todos os *habitus*: moldados por tais condições, portanto objetivamente concordes, eles funcionam como matrizes das percepções, dos pensamentos e das ações de todos os membros da sociedade. (BOURDIEU, 2005, p. 45)

O conceito de *habitus* é tido como essencial para ideia de subjetividade apresentada pelo autor. Sendo este um esquema de percepção orientado e delimitado que, através da imposição de valores ao longo da história, marca de forma eficiente as aptidões, inclinações e disposições dos sujeitos, há quase total impossibilidade de transcendência frente à inculcação das normas estruturais em suas subjetividades. Nesta perspectiva, o desenvolvimento das capacidades dos indivíduos está atrelado e mediado pelo *habitus*, suas estruturas cognitivas se encontram socialmente subordinadas à ordem cultural vigente, e os traços da dominação, por estarem “duradouramente inscritos no mais íntimo dos corpos sobre as formas de predisposições” (BOURDIEU, 2005, p. 51), deixam poucas margens de agência ao impor limitações aos indivíduos. Bourdieu rejeita ainda a ideia de que a tomada de consciência sobre estes fatores de dominação bastaria ao dominado para sua libertação. Uma vez que sua atuação no mundo se encontra restrita aos controles e constrangimentos dos esquemas de percepção dominantes, para o autor a única forma de ação livre, ainda que cultural e historicamente construída, seria a ruptura e a produção de novas condições sociais que levem aos dominados a deixar de reproduzir as categorias de avaliação que organizam o mundo social que os domina.

Outro autor que direcionou seu esforço analítico em compreender esses processos foi Marshall Sahlins (1999). Em sua visão, as categorias culturais podem adquirir novos valores funcionais, já que para ele a transformação de uma cultura também contribui para sua reprodução. Ao narrar o contato da tripulação dos navios comandados pelo capitão Cook com os nativos do atual Havaí, o autor demonstra como interferências externas podem gerar reações diversas a determinadas normas culturais, algumas destas totalmente imprevisíveis. Os significados culturais são alterados de acordo com as autoconcepções e interesses dos indivíduos que se veem confrontados com eventos extraordinários às suas relações cotidianas.

Pois, assim como o mundo pode escapar facilmente dos esquemas interpretativos de um dado grupo humano, nada pode garantir que sujeitos inteligentes e motivados, com interesses e biografias sociais diversas, utilizarão as categorias existentes das maneiras prescritas. Chamo essa contingência dupla de o risco das categorias na ação. (SAHLINS, 1999, p. 182)

Deste modo, tabus e relações hierárquicas são questionados e testados pelas interpretações pessoais de cada sujeito. Para Sahlins, essa disposição criativa dos indivíduos atua na transformação não só das categorias, como também da própria estrutura que as mantêm. Paradoxalmente, essas alternâncias contribuem para reprodução da cultura em um tipo de composição que objetiva manter uma “síntese de estabilidade e mudança” (SAHLINS, 1999, p. 180). Uma vez que toda mudança prática é também uma reprodução cultural, levados os sujeitos a agir sobre um mundo que não é mais capaz de responder às suas inquietações, a utilização de categorias tradicionais se torna paulatinamente ineficaz através do tempo. É então a ação incessante e criativa derivada de interpretações renovadas ou inéditas, provocada por eventos externos ou extraordinários, que termina por alterar as condições de possibilidade das estruturas e normas pela agência direta dos sujeitos.

Essas questões também instigaram Blummer (1969) que, assim como Simmel (1971), para quem a sociedade existe “onde os indivíduos entram em interação”, considera a sociedade como um processo. Representante do interacionismo simbólico⁷, o autor parte das colocações de George Herbert Mead sobre o *self*⁸ e a interação humana, e introduz a ideia de ação social centrada no simbólico e sempre atravessada pela interpretação. Para ele, os indivíduos definem suas próprias ações atribuindo significados às ações dos outros, nunca

⁷ Escola sociológica cuja preocupação foi delimitar o alcance do escopo do social nos processos de interação. Dentre suas preocupações, voltaram-se para problemas clássicos como o raio de alcance da sociologia, a relação entre indivíduo e sociedade, e qual seria a unidade analítica mínima para o estudo da sociedade. Ocuparam-se, entre outros temas, das fronteiras entre a sociologia e as perspectivas das ciências “psi”, como a psicologia e psicanálise. Entre seus autores estão Simmel, Goffman, Mead e Blummer.

⁸ Entendido como a capacidade reflexiva de todo ser humano em ser objeto de suas próprias ações.

reagindo a um estímulo direto, mas sim ao processo interpretativo desencadeado por este em determinada circunstância. Logo, a ação social não está predeterminada por fatores de ordem macro, ao contrário, é construída gradualmente no curso de cada situação social. Conforme abaixo:

Uma condição básica é que a ação tem lugar e diz respeito a uma situação. Qualquer que seja a unidade da ação – um indivíduo, uma família, uma escola, uma igreja, uma empresa, um sindicato, uma legislatura etc. -, toda ação específica se forma à luz da situação na qual ocorre. Isso nos leva ao reconhecimento de uma segunda condição básica, a saber, que a ação é formada ou construída pela interpretação da situação. A unidade de ação tem necessariamente de identificar as coisas que deve levar em conta (tarefas, oportunidades, obstáculos, meios, exigências, desconfortos, perigos etc.); tem de avaliá-los de alguma maneira e tomar decisões com base nessa avaliação. Esse comportamento interpretativo pode ter lugar no indivíduo que orienta a própria ação, numa coletividade de indivíduos que agem de forma coordenada ou em “agentes” que atuam em nome de um grupo ou de uma organização. (BLUMMER, 2013, p. 82)

Essa habilidade do *self* de agir em relação a si mesmo como age em relação aos outros, resulta na capacidade de construção da ação fundamentada nessas formulações feitas para si. Em outras palavras, ao se apropriar e atribuir sentidos aos estímulos externos, estes deixam de ser totalmente exteriores e passam a pertencer ao universo simbólico do sujeito. Decorre daí que em um contexto social específico, a ação acontece quando um indivíduo alinha sua ação à dos outros, assumindo o papel do outro e buscando determinar as intenções ou objetivos dos atos dos outros. Por este viés, a organização social se assemelha mais a uma moldura no interior da qual as “unidades de ação” - ou indivíduos - desenvolvem suas ações. A estrutura, representada pela cultura ou pelos esquemas de percepção, modela as situações ao fornecer o conjunto de símbolos por meio do qual os sujeitos irão se valer para interpretar e agir, porém não as determinam. Como consequência, o campo de agência é alargado, pois as pessoas agem em relação às situações e não inteiramente constrangidas pela estrutura ou organização social.

Diante do exposto, fica claro como os autores citados possuem posições distintas quanto à capacidade de agência dos indivíduos. Enquanto Bourdieu desautoriza a conscientização como força motriz de mudança e enfatiza a sombra da estrutura como dominante dos processos e relações, Sahlins abre possibilidades de transformação através das interpretações realizadas pelos sujeitos sobre suas próprias ações, e atribui grande importância à criatividade particular relacionada às biografias pessoais como fator de modificação e reprodução cultural. Blummer, por sua vez, de forma complementar, acrescenta a reflexividade dos sujeitos como crucial para adequação das condutas ao quadro circunstancial em que estas se desenvolvem. No curso de uma ação, de maneira processual e intersubjetiva,

os elementos externos são apropriados e rearranjados de acordo com as reações do outro. A seguir, compartilho alguns exemplos de como essas interações se mostraram em minha pesquisa de campo.

Interação em São Cristóvão

Do grupo de vendedores que acompanhei na Lapa apenas alguns atuam em São Cristóvão. Talvez porque a frequência seja muito flutuante em certos pontos do Centro, bastando uma calçada desocupada para exposição dos produtos, que somente uma parte dos vendedores se desloque até lá. São públicos diferentes de acordo com os locais e dias da semana. O *shopping-chão* da Lapa ocorre durante a semana, sempre que possível ou quando a Guarda Municipal permita e não realize operações de recolhimento. As características dos vendedores também mudam de uma localidade para outra e mesmo internamente. Nos entornos do mercado, próximos ao Campo de São Cristóvão, concentram-se os vendedores mais pauperizados e suas mercadorias, a maior parte do denominado “lixo” (objetos usados, mas não antigos ou charmosos o suficiente para serem valorizados comercialmente) exposto em lençóis, lonas ou plásticos. Os principais objetos vendidos são brinquedos, cabos, sucatas eletrônicas, livros, revistas e vestuário.

À medida que a feira se desenvolve os objetos se tornam outros. Ao longo da Rua Almirante Mariath surgem peças de decoração, móveis, utensílios de cozinha. Há uma sensação de caos estimulada pela quantidade de objetos, porém é possível perceber alguma organização e segmentação, a ponto de criar certa “unidade mental” ao espaço por seus atributos comuns (LYNCH, 1997). Continuando a seguir pela rua, assim como na área externa, grande parte dos vendedores são catadores que vislumbraram uma forma de subsistência mais vantajosa que a coleta de resíduos recicláveis, característica que não os impede de demonstrar experiência e conhecimento sobre seus produtos. Muitos destes estão presentes também em outros eventos ao redor da cidade.

Carlos, um de meus interlocutores, desempregado há cinco anos, considera a revenda de bens utilizáveis duplamente favorável: além do “garimpo” ser menos insalubre ou perigoso que a busca por latinhas de alumínio e caixas de papelão, os artigos possuem maior valor agregado. Trabalhando com livros, vestuário e outros objetos obtidos através de combinações com porteiros e moradores de prédios de classe média, aos poucos foi adquirindo um olhar treinado para seleção dos itens, chegando a um nível de conhecimento sofisticado. Em seu “brechó” (uma lona de caminhão estendida na calçada), o comprador pode contar com

descrições detalhadas de cada peça à venda e encontrar livros, materiais de desenho e pintura, além de catálogos de leiloeiros e empresas de arte como Christie's e Sotheby's. Artíficos desenvolvidos por meio da identificação de uma clientela fiel e interessada nesse tipo de mercadoria.

Próximo a ele, Antônio, aposentado e beneficiário de auxílio-doença, revende pequenas peças de decoração, estátuas religiosas e alguns acessórios como bolsas e sapatos de couro. Todos obtidos em negociações e trocas com compradores e vendedores. “Seu Antônio”, como é chamado, conhece bem a carreira dos seus objetos e pode discorrer sobre cada um deles, indicando sua proveniência e riqueza biográfica. Algumas destas histórias têm forte viés emotivo e aliam as dificuldades originais responsáveis pelo descarte da peça à uma narrativa de venda, gerando empatia e curiosidade em seus clientes.

Em outra parte do mercado, Miguel, que trabalha durante a semana como auxiliar de serviços gerais em um condomínio na Gávea, bairro da zona sul da cidade, expunha um conjunto de objetos que chamava atenção. Um caderno pautado, ilustrado com uma gravura japonesa, junto de fotografias e outros objetos como broches, canetas e chaveiros, revelou-se uma espécie de “diário de campo” ou bloco de notas, provavelmente, de um pesquisador de história da arte. Pequenos trechos de viagens, anotações e desenhos de quadros, excertos e *insights* teóricos somavam-se a correspondências de família, reflexões pessoais e fotografias domésticas. Na verdade, todos aqueles objetos foram retirados de um mesmo local, o escritório do antigo proprietário, como descoberto por mim em uma de nossas conversas. Após uma reforma no cômodo, o dono decidiu se desfazer de parte de suas coisas e as abandonou na lixeira do prédio, despertando o olhar de Miguel que, após avaliar alguns dos objetos, chegou à conclusão que expor o conjunto inteiro fazia mais sentido e o tornava mais interessante.

Em cada um desses casos, o acesso a essas experiências cria aproximações entre esferas sociais aparentemente distantes, tornando menos rígidos os limites estabelecidos. Há, portanto, uma negociação que permite, ainda que momentaneamente, o trânsito entre fronteiras simbólicas (VELHO, 2006). Por meio da memória os significados interpretados situacionalmente ganham relevância, e posto que são construídos apoiados em interpretações e experiências biográficas, é o entrelaçamento de objetos e biografias individuais, associado às interações entre doadores/catadores e compradores/vendedores, que irá se desdobrar em trocas e influências recíprocas, criando pontos de convergência que afetam mutuamente os

envolvidos. Entretanto, nem sempre estas relações se dão de forma pacífica ou sem atritos. A autoridade dos antiquários – concedida e validada tanto por seus pares quanto pelo mercado – é fonte de insatisfação para muitos vendedores. Eunice, velha conhecida de feiras como o *shopping-chão*, ex-proprietária de uma loja no bairro das Laranjeiras – frequentada, segundo ela, por “gente do teatro e da televisão” – com mais de vinte anos de experiência no ramo, indica como essas interações podem ser permeadas por tensionamentos. Seu relato sobre os percursos descritos por um cinzeiro de metal após sair de sua posse e o modo pelo qual o objeto alcançou valores muito superiores apenas por figurar em novos suportes, descreve de forma precisa as assimetrias de poder comuns à essas negociações.

A peça em questão foi adquirida junto à outras em um único lote arrematado através de um de seus contatos, um catador especialmente contratado para identificar oportunidades rentáveis em seus espaços de “garimpo”. O cinzeiro, como mais tarde foi constatado, tratava-se de uma peça forjada em bronze do final do século XIX, pertencente a um conjunto de tabacaria do Líbano, herdado pela antiga proprietária de seus bisavós imigrantes. Graças ao desconhecimento de seu valor pela herdeira que seu retorno ao mercado de consumo foi possível. Encontrado junto a outros objetos em uma lixeira na zona sul da cidade pelo catador, o objeto seguiu até Eunice que, embora melhor posicionada na hierarquia de bens e pessoas, não dispunha da erudição necessária ou domínio dos códigos para qualificá-lo, destinando assim o maior benefício ao terceiro receptor, este sim detentor do saber especializado e por isso contemplado com as vantagens econômicas disponíveis.

Aqui, além da variação de *status* e classificação do objeto, é possível observar, como afirma Ortner, a agência manifestada em suas duas naturezas, que segundo a distinção feita pela autora, divide-se em “agência de projeto” e “agência de poder”; a primeira, diz respeito às motivações e intenções culturalmente constituídas pelos sujeitos de acordo com seus planos, e a segunda, mais facilmente percebida em contextos marcados por desigualdades, opera em uma lógica de dominação-resistência. As preciosas informações propositalmente omitidas pelo antiquário no momento da compra, terminaram por dificultar a avaliação e precificação feitas por Eunice, levando a redução do valor de troca na transação. Contudo, sua capacidade de agência não foi afetada, pois apesar da fricção e descontentamento produzidos, essas experiências se convertem em ganhos subjetivos potentes o suficiente para promover novas reflexões e projetos, uma vez que “os desejos ou intenções culturais emergem das diferenças estruturalmente definidas entre categorias sociais e diferenciais de poder” (ORTNER, 2006, p. 66).

Considerações finais

A cada domingo, antiquários e negociantes percorrem as fileiras do *shopping-chão* de São Cristóvão em busca de peças que tenham real valor para o mercado de antiguidades. Chegam bem cedo, com o dia ainda nascendo, por volta das cinco e meia da manhã, e compram as que julguem mais interessantes expostas naquele dia. O crivo do especialista é a baliza da barganha e seu conhecimento acerca das regras de classificação produz impacto no valor oferecido pelos objetos. Esta relação é permeada por forte ambiguidade: por um lado, os vendedores pauperizados ou não especializados se consideram prejudicados pelo baixo valor aferido a seus objetos; por outro, reconhecem a necessidade desse tipo de transação para manutenção de sua atividade e apreendem parte do vocabulário e traquejos dos antiquários, readaptando essas maneiras aos seus repertórios e narrativas pessoais.

Como os havaianos encontrados pelo capitão Cook (SAHLINS, 1999), o intercâmbio promovido por esses estímulos suscita ações que, reinterpretadas em contextos particulares, resultam na transformação de categorias e valores, alterando, por conseguinte, os esquemas de percepção dos envolvidos. A estrutura, entendida como uma rede conceitual de diferenças econômicas e subjetivas sustentada por um conjunto de categorias culturais, não impede o desejo dos sujeitos de alterar os signos preexistentes; ao contrário, em busca da consecução de seus projetos, cada um dos envolvidos, à sua maneira, direta ou indiretamente, apesar da busca de proveitos sobre seu subordinado mais próximo, contribui para alterar, se não totalmente, ao menos pontualmente, as dinâmicas e relações de poder. Mesmo em nítida desvantagem, o esforço dos vendedores em se apropriar das categorias e reutilizá-las a seu favor, revela um propósito direcionado à subversão das normas impostas e uma aspiração (ou projeto) por mobilidade – prestígio, reconhecimento, valorização pessoal, lucro econômico etc. – dentro do sistema hierárquico de classificação de pessoas e objetos. O deslocar desses sentidos por meio da agência significa e redefine não só a atividade de vender “antiguidades”, mas os próprios sujeitos, ampliando tanto suas chances de inserção em um mercado de maior valor quanto suas concepções acerca de seus saberes e atividades, gerando por fim mudanças efetivas em suas subjetividades.

Referências bibliográficas

- AUGÉ, Marc. 1994. “Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade”. Campinas: Papirus.
- APPADURAI, Arjun. 2008. "A Vida social das coisas". Rio de Janeiro: Eduff.
- BALTHAZAR, A.C. B. 2016. “Old things with character: the fetishization of objects in Margate, UK”. *Journal of Material Culture*, v. 21, p. 448-464.
- BLUMMER, Herbert. 2013. “A sociedade como interação simbólica”. In: Maria Cláudia Coelho (org.), *Estudos sobre interação – textos escolhidos*. Rio de Janeiro: Eduerj. pp. 75-90.
- BOURDIEU, Pierre. 2005. “A dominação masculina”. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- CERTEAU, Michel de. 1994. “Relatos de espaço”. *A invenção do cotidiano*. Rio de Janeiro: Vozes. pp. 182-198.
- GELL, Alfred. 1998. “Art and agency: an anthropological theory”. Oxford: Clarendon.
- INGOLD, Tim. “Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 25-44, jan./jun. 2012.
- KOPYTOFF, Igor. 2008. “A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo”. In: A. Appadurai (org.), *A vida social das coisas*. Rio de Janeiro: Eduff. pp. 89-121.
- MEAD, G. H. 1992. *Mind, self, and society: from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: The University of Chicago Press.
- LYNCH, Kevin. 1997. “A imagem da cidade e seus elementos”. *A Imagem da cidade*. São Paulo: Martins fontes.
- MILLER, Daniel. 2013. *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- SAHLINS, Marshall. 1999. “Ilhas de História”. Rio de Janeiro: Zahar editor.
- STARACE, GIOVANNI. 2015. “Os objetos e a vida”. São Paulo: Martins-Martins Fontes.
- SIMMEL, Georg. 1971. “The problem of sociology”. *On individuality and social press*. Chicago: The University of Chicago Press.

ORTNER, Sherry. 2007. “Poder e Projetos: reflexões sobre a agência”. In: Conferências e Diálogos: saberes e práticas antropológicas. Brasília/Blumenau: Editora Nova Letra.

VELHO, Gilberto. 2003. “Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas” (3a ed.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

VELHO, Gilberto. 2006. “Subjetividade e sociedade: uma experiência de geração” (4a ed.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.