


Artigo

 10.1590/1809-58442025112pt Open access

DO ENDEREÇO EMPRESTADO AO (DES)PRECONCEITO DO CEP: sobre a circulação de mercadorias e o consumo na favela – Paraisópolis (SP)

From the borrowed address to the unbiased zip code: the circulation of objects and consumption in the slum - Paraisópolis (SP)

De la dirección prestada hasta el (des)prejuicio del código postal: la circulación de objetos y el consumo en el barrio bajo - Paraisópolis (SP)

 Maria Alice de Faria Nogueira

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); Escola de Comunicação (ECO); Departamento de Métodos e Áreas Conexas (DMAC). Rio de Janeiro, RJ - Brasil.

Detalhes Editoriais

Sistema duplo cego

Histórico do Artigo:

Recebido: 23/12/2024
Aceito: 09/05/2025
Disponível online: 30/07/2025
Artigo ID: e2025112

Editoras Chefes:

Dra. Marialva Barbosa
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
UFRJ

Dra. Sonia Virginia Moreira
Universidade Estadual do Rio de Janeiro,
UERJ

Editores Executivos:

Dr. Jorge C. Felz Ferreira
Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Dra. Ana Paula Goulart de Andrade
Univ. Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ

Editor Associado:

Dr. Sandro Torres de Azevedo
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
UFRJ

Revisoras:

Cristine Gerk (português)
Felicity Clarke (Inglês)
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
UFRJ

Editoração e marcação XML:

IR Publicações

Financiamento:

CNPq

Como citar:

NOGUEIRA, Maria Alice de F. Do endereço emprestado ao (des)preconceito do CEP: sobre a circulação de mercadorias e o consumo na favela – Paraisópolis (SP). São Paulo: INTERCOM - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 48, e2025112. <https://doi.org/10.1590/1809-58442025112pt>

Autor de contato:

Maria Alice de Faria Nogueira.
mariaalice.nogueira@eco.ufrj.br

RESUMO:

Este artigo tem como ponto de partida a criação de iniciativas de empreendedorismo desenvolvidas em Paraisópolis resultantes da experiência do combate à Covid-19 localmente, com interesse específico na empresa Favela Brasil Xpress (FBX). Hub de logística *last mile*, a FBX serviu como base para um estudo sobre como o consumo e a circulação de objetos colocaram “a favela no mapa” - simbólico e social -, após duas ações específicas desenvolvidas pela empresa: o desbloqueio dos CEPs de Paraisópolis nos sistemas de entrega de grandes varejistas; e a implementação do projeto *Plus-Code* na comunidade em conjunto com a *Google*. Metodologicamente, foi desenvolvida uma pesquisa etnográfica, com duas visitas à Paraisópolis (maio/2022 – junho/2023), nas quais foram feitas entrevistas em profundidade com moradoras locais.

Palavras-chave: Paraisópolis, Consumo, Cultura Material, Preconceito do CEP

ABSTRACT

The starting point for this article is the creation of entrepreneurial initiatives carried out in Paraisópolis due to local experiences in the battle against COVID-19. It focuses its analysis specifically on the enterprise Favela Brasil Xpress (FBX). The FBX, a last mile distribution logistic hub served as a basis for the study of how consumption and the circulation of objects managed to put the favela on the map”. It took into consideration two specific actions carried out by FBX: the unblocking of Paraisópolis postcodes in the delivery systems of large retail chains; and the design and implementation of Plus-Code project in Paraisópolis alongside with Google. Methodologically, an ethnographic investigation was developed, with two visits to Paraisópolis (May/2022 – June/2023), in which in-depth interviews were carried out with local residents.

Key-words: Paraisópolis, Consumption, Material Culture, Biased Code

RESUMEN

El punto de partida de este artículo es la creación de iniciativas empresariales realizadas en Paraisópolis a partir de experiencias locales en la lucha contra el COVID-19. Centra su análisis específicamente en la empresa Favela Brasil Xpress (FBX). La FBX, un centro logístico de distribución de última milla, sirvió de base para estudiar cómo el consumo y la circulación de objetos lograron poner “la favela en el mapa”. Se consideraron dos acciones específicas realizadas por FBX: el desbloqueo de los códigos postales de Paraisópolis en los sistemas de entrega de las grandes cadenas minoristas, y el diseño e implementación del proyecto Plus-Code junto con Google. Metodológicamente se desarrolló una investigación etnográfica, con dos visitas a Paraisópolis (mayo/2022 – junio/2023), en las que se realizaron entrevistas en profundidad a pobladores locales.

Palabras-clave: Paraisópolis, Consumo, Cultura material, Prejuicio del código postal

CRediT

- Conflitos de Interesse: a autora certifica que não tem interesse comercial ou associativo que represente um conflito de interesses em relação ao manuscrito.
- Contribuições dos autores: Administração do projeto; Análise formal; Conceitualização; Curadoria de dados; Escrita - rascunho original; Investigação; Metodologia; Supervisão; Validação; Visualização; revisão e edição.

Artigo submetido à verificação de similaridade.

Disponibilidade dos Dados:

a autora afirma que todos os dados utilizados na pesquisa foram disponibilizados no corpo do artigo.

A REVISTA INTERCOM incentiva o compartilhamento de dados mas, por observância a ditames éticos, não demanda a divulgação de qualquer meio de identificação de sujeitos de pesquisa, preservando a privacidade dos sujeitos de pesquisa. A prática de open data é viabilizar a reproducibilidade de resultados, e assegurar a irrestrita transparência dos resultados da pesquisa publicada, sem que seja demandada a identidade de sujeitos de pesquisa.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC- BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.

Introdução

Em 2020, durante o período da pandemia de Covid-19 no Brasil, a favela de Paraisópolis esteve presente na mídia global por criar, desenvolver e implementar de forma bem sucedida, um Plano Alternativo e Comunitário (PAC) de combate à Covid-19, com resultados nos índices de contaminação pelo coronavírus e de óbitos pela doença em média menores do que os da cidade de São Paulo, onde a favela está localizada (NOGUEIRA e BORGES, 2023).

O plano alternativo e comunitário de Paraisópolis atuou em três áreas – “Saúde”, “Social” e “Economia” –, tendo como base fundamental a reorganização das práticas e dos regimes de mobilidade (GLICK SCHILLER; SALAZAR 2013; SHELLER, 2018; FREIRE-MEDEIROS; Lage 2020; MANO, 2021) dos sujeitos, objetos e informação que já operavam na favela antes mesmo da pandemia. Organizado pela União de Moradores e Comerciantes de Paraisópolis (UMCP) e liderado por Gilson Rodrigues, líder comunitário local e presidente do G10 Favelas¹, entre abril e setembro de 2020 a equipe do PAC chegou a contar com a participação de um grupo de mais de 600 voluntários, os chamados Presidentes de Rua (PR).

Apesar de não ser o foco deste artigo, é importante comentar os PRs tinham a responsabilidade de monitorar a circulação e os deslocamentos dos moradores na favela, assim como atender às demandas de saúde das famílias que vivam em sua área de cobertura. Em trabalhos anteriores, Nogueira e Borges (2023) refletem a propósito da organização das ações realizadas pelos PRs, afirmando sua posição como “infraestruturas socioespaciais de interação” (FREIRE-MEDEIROS; LAGES, 2020) que centralizavam não só as ações locais que combatiam a incidência do vírus na comunidade, mas, também, as ações de mitigação da fome e do desemprego entre os moradores.

Com a pandemia se alastrando globalmente e com a demora do retorno ao “novo normal”, o PAC de Paraisópolis passou a direcionar seus esforços para a área social, com o desenvolvimento de um sistema de distribuição de cesta básicas e de distribuição diária de alimentos aos residentes em situação de insegurança alimentar. Organizada por Elizandra Cerqueira, idealizadora do “Mãos de Maria Brasil” - um negócio de impacto social implementado em Paraisópolis desde 2007 -, entre 23 de março e 31 de dezembro de 2020 foram distribuídas 1.467 milhões de marmitas, o equivalente à 700 toneladas de alimentos. Segundo Cerqueira, no auge da pandemia eram distribuídas até 10 mil marmitas por dia².

Em paralelo as ações sociais, a liderança do G10 Favelas em Paraisópolis começou desenvolver ações de dimensão econômica, direcionando esforços em iniciativas iniciadas ainda antes da pandemia, como por exemplo, as ações de empreendedorismo social. De acordo com Rodrigues, o objetivo fundamental dessas ações seria posicionar as favelas como economias poderosas, e não como carentes, marginais ou que esperam caridade. Como veremos na próxima seção deste artigo, a criação do G10 Bank – “primeiro banco digital das favelas” (G10 BANK..., s.d.), em 2021 - desempenhou um papel essencial na oferta de crédito para que o comércio local não só sobrevivesse ao período pandêmico, mas, também, desenvolvesse novos negócios focados em demandas e oportunidades comerciais que surgiram durante a pandemia.

Tendo Paraisópolis como principal *locus* de análise, com recorte temporal que considera o período entre 2021 e 2023, a pesquisa utiliza da criação da *start-up* Favela Brasil Xpress (FBX) como ponto de partida para investigar de que maneira se davam as práticas de consumo na favela, especialmente em um período de (i) mobilidade, em função do isolamento imposto pela Covid-19, em que a aquisição de bens e a circulação de pessoas estavam parcialmente paralisadas.

Idealizada e posta em operação em 2021 por Givanildo Pereira Bastos, *a.k.a* Giva, morador de Paraisópolis e Coordenador Nacional dos Presidentes de Rua (PRs), com seu sistema *last-mile* de entregas de mercadorias compradas via *e-commerce*, a FBX inicia um processo de alteração do cenário de consumo na favela, a partir do momento em que consegue desbloquear os Códigos de Endereçamento Postal - CEPs de Paraisópolis nos sites de grandes varejistas de *e-commerce*; e, a reboque, articular uma parceria com a *Google*, com o objetivo de implementar na favela o projeto *Plus-Code*.

Essas duas ações serão tratadas neste artigo como fundamentais para o estudo aqui proposto, no sentido de se avaliar a entrada de Paraisópolis nos mapas de 1) consumo, se tornando público-alvo dos grandes varejistas nacionais; 2) do *Google Maps*, fazendo parte da cartografia digital da gigante de tecnologia global, por meio do Projeto *Plus-Code*; 3) socialmente, quando a partir da desconstrução do preconceito do CEP os residentes da favela puderam marcar sua existência em programas sociais do governo e em cadastros de emprego, entre outras demandas sociais que exigem a comprovação de residência; e, finalmente, 4) simbolicamente, com a imagem da favela e de seus

1 Grupo que congrega as lideranças comunitárias das 10 maiores favelas do Brasil. Disponível em: <https://www.g10favelas.org/>. Acessado em: 10/07/2023.

2 Entrevista concedida à autora em 09/02/2020.

líderes circulando na mídia global, tanto por meio de entrevistas e quanto pelos convites para palestras internacionais nos Estados Unidos e em países da Europa e da América Latina.

Metodologicamente, a abordagem utilizada foi exploratória, qualitativa e não-estruturada (MALHOTRA, 2006), baseada em visitas ao campo (em maio, de 2022 e em junho, de 2023), que proporcionaram certa compreensão do contexto estudado; e, também, em entrevistas em profundidade, tanto com o idealizador da FBX, como com moradoras/consumidoras locais que utilizaram os serviços da FBX durante o período pesquisado. Em um segundo momento, foi realizado um levantamento bibliográfico, a partir de autores de referência nas áreas da Comunicação Social e dos Estudos do Consumo, que foram articulados com teóricos da Sociologias das Mobilidades, da Geografia, além da Antropologia e Cultura Material que, em conjunto com as informações coletadas nas entrevistas, foram utilizados como ferramenta de análise do contexto cultural e socioeconômico no qual (não)circulam os sujeitos e suas materialidades na favela, como veremos nas próximas sessões do artigo.

Regimes de mobilidade e o preconceito do CEP: a história da FBX

Morador de Paraisópolis, Giva já trabalhava na UCMP quando a pandemia pôs o mundo na imobilidade. Como parte da equipe criada por Gilson Rodrigues, Giva começou a organizar o grupo de voluntários/as para atuarem como Presidentes de Rua (PRs). Durante os seis primeiros meses de pandemia – de março a setembro de 2020 – o grupo chegou a ter 652 voluntários/as, cada um/a cuidando de 50 famílias, em um total de 32.600 famílias assistidas, o mesmo que dizer que 80% de Paraisópolis foi atendida pelos/as PRs. Com o sucesso alcançado pela iniciativa, Giva foi promovido à Coordenador Nacional dos Presidentes de Rua, tendo ficado também responsável pela implementação da ação comunitária de combate à Covid-19, ao desemprego e a fome em outros 181 territórios vulneráveis, levando a expertise do grupo de Paraisópolis para outras comunidades tanto no município de São Paulo, quanto em outras favelas localizadas em estados do Norte, Nordeste e Sudeste do país (NOGUEIRA; BORGES, 2023).

Ainda como coordenador dos PRs em Paraisópolis, Giva estava à frente do grupo que recebia das empresas privadas as doações de material médico-hospitalar e itens de alimentação não perecíveis, entre outras mercadorias. Em entrevista concedida à autora, Giva comentou sobre como por vezes, o grupo se via impossibilitado de receber as doações porque, a partir da Avenida Hebe Camargo, que margeia o lado leste de Paraisópolis e que faz divisão com a parte sul do bairro do Morumbi e, dali, em direção ao interior da favela, toda a área era caracterizada como “área de risco” nos sistemas de entrega das empresas de logística.

A questão da violência das/nas favelas é um tema muito complexo e que não caberia ser discutido neste artigo. No entanto, é mister ressaltar que, historicamente, as favelas são vistas como “uma espécie de quisto que ameaça a organização social da cidade” (MACHADO DA SILVA; MENEZES, 2019). Em trabalho publicado sobre as favelas do Rio de Janeiro, Machado da Silva e Menezes (2019) afirmam que, em especial a partir dos anos de 1980, com a expansão do tráfico de drogas nas comunidades do Rio de Janeiro, houve um aumento considerável dos confrontos armados entre as facções criminosas e a polícia, localizando a imagem da violência urbana como um problema social que surge nas favelas, mas que estende sua força e presença em toda a cidade, armando o cenário do que midiaticamente se chamou de uma “guerra” contra o tráfico.

É importante ressaltar que a culpa dessa guerra foi atribuída aos moradores de favelas que passaram a ser criminalizados, tornando-se o tipo ideal do Outro que precisa ser afastado a qualquer preço. Em decorrência desse processo de criminalização dos moradores de favelas, cresceu o clamor por uma ação “dura”, que passou a dirigir-se não tanto a grupos sociais específicos, mas ao controle e segregação territorial de áreas urbanas tidas como perigosas (MACHADO DA SILVA; MENEZES, 2019, p.531)

A segregação territorial, ou ainda a “vida sob cerco” (MACHADO DA SILVA; LEITE, 2008), é uma condição socioespacial e política de confinamento a qual posiciona, reitera e reforça a favela como uma permanente área de risco. Ao longo dos anos, a existência de um espaço urbano fortemente dividido entre ricos e pobres, morro e asfalto ou periferia e centro gerou desdobramentos que vão desde falta crônica de políticas públicas direcionadas à população periférica à uma série de preconceitos de ordem social e simbólica - com todas as intersecções possíveis entre o espaço de moradia e questões relacionadas à raça, gênero e a outras vulnerabilidades sociais e econômicas -, como o “preconceito do CEP” aqui trabalhado. Afirma Giva:

[No Brasil....] uma pessoa sem CEP, sem endereço oficial, não recebe em casa as compras, não

consegue abrir conta no banco, fazer o cadastro dos filhos na escola, cadastrar em programas sociais, tipo "leve leite", ter endereço pra colocar na ficha de emprego. Esse é o preconceito do CEP (GIVA, 2022)³.

Nesse ponto, chamamos a atenção para o conceito de “regime de mobilidade” (GLICK SCHILLER; SALAZAR, 2013), que mostra ser determinante para a ideia do “preconceito do CEP”. Segundo Sheller (2018), regimes de mobilidades são compostos de múltiplas práticas normativas que determinam quem pode ou não se mover; quando, onde, sob quais condições e com quais significados.

Regimes de mobilidades [dizem respeito à] medidas econômicas, intervenções políticas, decisões gerenciais, discursos de várias ordens (da ciência ao marketing), enunciados normativos e dispositivos de controle que, em conjunto, enquadram e definem as práticas de movimento, assim como disputam os sentidos subjetivos das mobilidades (FREIRE-MEDEIROS; LAGES, 2020).

De volta ao caso de Paraisópolis, com base em dados do que são as chamadas áreas de risco das cidades, especialmente relacionadas aos CEPs de áreas vizinha às favelas, é interessante notar como instituições públicas e também privadas, como os grandes varejistas, ao longo dos últimos anos foram estabelecendo regimes de mobilidades os quais reduzem, dificultam, inviabilizam ou proíbem a circulação de mercadorias nas favelas. Nesse sentido, ao automaticamente trancarem as portas dos caminhões quando o GPS do veículo aponta a entrada em um território considerado inseguro e sujeito a roubos, como a vizinhança de Paraisópolis, as empresas de logística e de entrega de mercadorias não escapam de (re)confirmar o preconceito socioterritorial estrutural: o lugar de moradia e o espaço de vivência se transformam, também, em um marcador de desigualdade, baseado não só nas dinâmicas de circulação e deslocamento cotidiano de pessoas (MANO, 2021), mas, como no caso aqui relatado, de mercadorias.

Explorar a abrangência infra estrutural e discursiva desses sistemas de regulação de mobilidades - de pessoas, objetos, imagens, políticas, capital ou informações- é um modo de evidenciar as desigualdades presentes em deslocamentos cotidianos a partir de marcadores como raça, gênero, sexualidade, nacionalidade, entre outros (MANO, 2021).

Dessa forma, para além de todos os regimes de mobilidade impostos nas favelas, a pandemia jogou luz em uma condição básica que já alguns anos estrutura o consumo dos moradores da favela: a entrega da mercadoria comprada em outro endereço que não o do próprio morador da comunidade. Antes da pandemia, tal prática não se mostrava um impeditivo de consumo, visto que a realidade social era de movimento e circulação liberados. Nesse sentido, o objeto adquirido não chegava em casa, mas chegava em outro endereço “emprestado”, como informado por uma das moradoras de Paraisópolis. No entanto, com o isolamento social e do fechamento do comércio, somados ao preconceito do CEP, durante o período pandêmico a entrega de mercadoria foi inviabilizada.

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) brasileiro, o comércio eletrônico cresceu no país e movimentou cerca de R\$ 450 bilhões entre 2019 e 2022, com a pandemia da Covid-19 sendo o principal fator de impulso das vendas *on-line*. “O total movimentado é mais do que o dobro da soma dos valores registrado nos anos anteriores à pandemia. O acumulado das receitas entre 2016 e 2019 foi de R\$ 178,06 bilhões” (CASTRO, 2023)⁴. A história da Favela Brasil Xpress (FBX) começa exatamente nesse ponto.

Com a melhora dos índices de contaminação por coronavírus e as mortes por Covid-19 diminuindo em todo o país resultantes do plano de vacinação em massa, em 2021 as ações de combate à pandemia em Paraisópolis foram sendo reorganizadas para atender novas demandas que surgiram na comunidade ao longo do segundo ano de pandemia.

Como já mencionado na introdução deste artigo, em um segundo momento, as ações do plano comunitário alternativo de combate à Covid-19 de Paraisópolis migram seu foco e tornam-se ações de cunho social e econômico, abrindo outras duas frentes de trabalho comunitário. Atividades comerciais consideradas de impacto social foram sendo criadas, a partir do incentivo à implementação de atividades de empreendedorismo social. De acordo com Melo Neto e Froes (2001), se define empreendedorismo social como um “negócio do social, que tem na sociedade civil o seu principal foco de atuação e na parceria envolvendo comunidade, governo e setor privado, a sua estratégia”. Em Paraisópolis, as iniciativas de empreendedorismo social não são novas e vêm crescendo desde os anos 2000

³ Entrevista concedida à autora em 17/06/2022.

⁴ Disponível em <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/05/11/com-pandemia-comercio-eletronico-cresce-e-movimenta-r-450-bilhoes-em-tres-anos-no-pais.ghml>. Acessado em: 21/10/2023.

(BORGES, 2012). No entanto, foi durante a pandemia que liderança do G10 Favelas direcionou seus esforços em um desenvolvimento maior do comércio local, via investimento financeiro conseguido através do acelerador de negócios e banco do coletivo, G10 Bank.

O G10 Bank é uma *fintech*, que faz parte do G10 Hub – Acelerador de Negócios, de desenvolvimento da favela com a missão de fomentar o comércio local [...] A *fintech* surgiu da inspiração para criar, dentro de um ambiente financeiro, uma instituição que promova inclusão social, financeira e que proporcione um incremento de renda aos empreendedores [...] além de estimular a geração de emprego nas comunidades onde atua junto ao G10 Favelas. (QUEM SOMOS..., s.d).

A partir de sua experiência como Presidente de Rua e com o apoio financeiro do G10 Bank, Giva cria a FBX, uma empresa de logística *last mile* para entrega de mercadorias dentro da favela de Paraisópolis. No caso da FBX, a missão da empresa é possibilitar a experiência completa de consumo aos moradores de favelas, além de, na sua atividade, empregar moradores locais que conhecem o território na “palma da mão”, no duplo sentido: por conhecer e dominar a geografia da favelas, com sua cartografia peculiar de ruas e vielas; mas, também, por fazer suas entregas via aplicativo no celular.

Para viabilizar essa distribuição de mercadorias, a primeira providência da FBX foi estabelecer uma parceria com o *marketplace* das Americanas SA, os convencendo a desbloquearem no seu sistema de compras os CEPs de Paraisópolis considerados provenientes das áreas de risco. Depois desse primeiro momento bem-sucedido, outros *marketplaces* procuram a FBX para implementarem sistemas de entrega em Paraisópolis e se tornarem, também, seus parceiros de logística *last mile*, tais como Total Express, Magalu, Gollog, Amazon, entre outros. A partir da ação de desbloqueamento dos CEPs empreendida pela FBX e, com isso, da suspensão do que Giva denomina de o “preconceito do CEP”, a pesquisa coloca em discussão a forma com que o consumo e a circulação dos objetos marcam a comunidade como espaço de mobilidade e circulação de pessoas, bens de consumo e capital, para além do imaginário social de violência, criminalidade, drogas e milícia o qual uma favela é normalmente representada.

Conforme comentado por Giva em entrevista concedida à autora em maio de 2022, para além das práticas de consumo, a questão do desbloqueio do CEP perpassa questões sociais e de existência oficial. Nas favelas das grandes cidades brasileiras, muitas ruas não são legalmente reconhecidas por lei, o que distancia seus moradores de serviços garantidos apenas àqueles que têm documentos comprobatórios de endereço.

As pessoas que vivem nestes locais são obrigadas a conseguir comprovantes falsos ou a depender de micropoderes locais para ter acesso aos direitos. [...] A ausência de reconhecimento do local de moradia como existente na cidade significa o afastamento do exercício da cidadania: não ter CEP ou viver em um CEP discriminado significa não ser reconhecido como cidadão (SANCHES, 2020)

Como mencionado na fala do Giva (2022), muitos sistemas de cadastro de bancos, de empresas de RH e, principalmente, de programas sociais do governo e de escolas públicas são baseados no registro do CEP, organizado e amplamente divulgado pela Empresa dos Correios. A partir do momento em que o CEP é bloqueado nos sistemas, a validação do lugar de moradia migra do código de endereçamento postal para a entrega física de uma declaração da Associação de Moradores local – os arranjos do micropoder, como mencionado por Sanches (2020) - que atesta a residência na comunidade. Dessa forma, a Associação dos Moradores assume um papel central na comprovação do lugar de residência e organização da vida comunitária.

Como veremos a seguir, no caso das práticas de consumo na favela, a questão do lugar de entrega ainda ganha em complexidade. Como já mencionado, de acordo com o depoimento dado à autora por moradoras locais, na maioria das vezes as mercadorias adquiridas em sites de *e-commerce* eram entregues em “endereços emprestados”: ou na casa de colegas e familiares que moram em outros bairros; ou no local de trabalho; ou, ainda, para alguém da vizinhança, como a “casa de razão” usada como referência, citada por uma das entrevistadas.

Desbloqueio do CEP e *plus-code*: quando a circulação de objetos coloca a favela no mapa

“Para mim foi mágico, porque a gente, mulher, a gente é consumista ainda, então foi mágico porque a gente comprava - ai, que eu não posso ver nada porque eu quero comprar - essa história de Shopee, meu deus do céu! É, então, facilitou *muito muito muito muito muito muito* mesmo.

E, além dos produtos, eles têm também agora aqueles mapeamentos, né?”⁵ (Entrevistada 1, 2023)

Se considerarmos os estudos e teorias relacionadas à atividade do consumo, considerado aqui como busca, aquisição, uso e descarte dos bens (BAUDRILLARD 1970), na contemporaneidade as motivações para aquisição de algo ultrapassam seu valor de uso enquanto objeto e solucionam carências relacionadas às dimensões simbólica e subjetiva, postas em evidência pelas atividades da comunicação publicitária (NOGUEIRA, 2021). No depoimento da Entrevistada 1 (E1) dada à autora, em junho de 2023, e supracitado na epígrafe, a afirmação do consumo como atividade que transcende a “razão prática” (SAHLINS 2003), fica muito clara: não só pelo “momento mágico” de receber o produto em casa – no caso, uma TV de 43 polegadas, objeto de desejo antigo – em uma dinâmica já denominada por Rocha (1985) como “a magia do capitalismo”; como pelas sete vezes em que E1 repetiu a palavra “muito”, reforçando deveras a facilidade oferecida pelo sistema logístico de entrega da FBX.

Em seu depoimento, a moradora de Paraisópolis relatou como era comprar *on-line*: por morar numa viela sem código postal, nada chegava em sua casa. Por não conseguir receber as mercadorias, mesmo as mais simples como máscaras infantis para os filhos na pandemia, a entrevistada e o marido usavam endereços emprestados de familiares e/ou o endereço do trabalho do marido para poder receber as mercadorias. Quando a FBX começou a entrega na favela, houve, segundo E1, uma sensação de “existir”: “a gente se sente vista [...] você se sente muito importante de ter dignidade” (E1, 2023). De acordo com Perez (2020), na relação entre consumo e materialismo: “[...] é preciso pensar o consumo não apenas como aquisição de bens materiais e imateriais, mas entendê-lo em sua complexidade do investimento cultural, portanto, simbólico, estético e afetivo envolvido nessas dinâmicas recorrentes e transformadoras da vida social”. A sensação de “dignidade em sua existência” via cultura material, não só reforça a questão de se refletir a propósito do consumo para além de suas razões práticas, como já citado, mas, posiciona as atividades de busca, aquisição, posse e uso de bens como práticas as quais empoderam os indivíduos que não seriam nada sem o apoio desses objetos.

Sobre este aspecto, a experiência da Entrevistada 2 (E2) não foi diferente. A moradora relatou que antes da pandemia não costumava comprar *on-line*, porque era certo de não receber nada, já que a família mora em uma viela sem CEP. E quando comprava, tinha que “pedir favor” para o vizinho liberar o endereço e receber a mercadoria:

“às vezes dependendo de que você for comprar, tinha que dar o endereço da rua, tipo, ah, pegar o número de tal e avisar pra pessoa [...] ou o número de um mercadinho ou de um bar [...] é assim, tinha que passar todo o dia pra ver se chegou” (E2, 2023).

Para E2, a FBX também facilitou o acesso às mercadorias e, principalmente, à possibilidade de consumir. “É incrível, assim, a gente achou que não ia ter acesso, mas deu certo”. O caso de E2 ainda incluiu a oportunidade de fazer crescer o negócio caseiro que mantém com o marido: “a gente vende caneca, se tem promoção de caneca a gente compra, [normalmente] nas Americanas e no Mercado Livre”. E2 ainda chamou a atenção para uma questão fundamental na discussão aqui traçada: o fato de os entregadores – só em Paraisópolis são 50 pessoas na equipe, 10% mulheres – todos/as serem moradores/as da comunidade. A vantagem, nesse sentido é conhecer o lugar e não se perder na geografia peculiar do território.

Em Paraisópolis as entregas são feitas de diferentes maneiras, dependendo da região a ser acessada: bicicleta, carro, moto, van, *tuk tuk* (especificamente no caso das entregas das Americanas) e/ou a pé. A mobilidade das pessoas e a circulação das mercadorias – os denominados “trecos móveis” (NOGUEIRA, 2021) -, nessa situação é adaptada às condições da geografia local. Como afirma o geógrafo Milton Santos (SANTOS; SOUZA; SILVEIRA, 1994), o espaço tem que ser pensado sempre como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações sociais e comunicativas. Nesse ponto evocamos Miller (2014) e sua Teoria de Objetificação, na qual afirma que a cultura material possui uma presença “constante, sólida e forte” na experiência humana e que, dessa forma, constrói o cenário em que as sociabilidades se dão (MILLER, 2014). Nesse sentido, “todo e qualquer objeto possui a potência de marcar o ambiente, firmar identidades e determinar ações e comportamentos diante das situações que a vida impõe” (NOGUEIRA, 2021). No caso da pesquisa aqui apresentada, ficou muito claro na fala das entrevistadas como a cultura material é intrínseca e diretamente relacionada à materialidade da existência. Mas não só: o desbloqueio do CEP, uma ação digamos mecânica e sistemática, torna-se também ação comunicativa, ou significativa, no sentido em que ao marcar o local, o CEP gera significado de existência, em uma relação de mão dupla entre o espaço e a vida, e entre objeto e o indivíduo que ali vive.

A ação feita pela FBX tem seu ápice com a parceria desenvolvida com a *Google*. Em conjunto com gigante

5 Grifo da autora

de tecnologia, a FBX está implementando em Paraisópolis o projeto *Plus-Code*, um mapeamento que, ao cadastrar a latitude e a longitude exata do local, infere um código diferente para cada casa que, traduzido em um “*pin*”, indica precisamente a localização do imóvel, validando o lugar como espaço de vivência, residência e, última instância, de consumo. A importância do *pin* nas práticas de consumo *on-line* se dá no momento em que ao colocar o CEP, agora desbloqueado, no cadastro da compra, há um espaço também para que o morador de Paraisópolis insira o número do *pin* do “seu” imóvel. Com o *pin* cadastrado, não há dúvida para o entregador de onde fica o local de entrega, mesmo aqueles que são posicionados em vielas, lajes, ruas menores, em cima de outras casas, em cantos escondidos da comunidade. Cada moradia é identificada e, assim, oficialmente, incorporada na cartografia da favela, no espaço da cidade, nos sistemas burocráticos e nos mapas virtuais, como o *Google Maps*.

Em junho de 2023, a equipe de mapeamento da *Google* já tinha localizado, via *pin*, sete mil casas na vizinhança do Pavilhão do G10 Favelas, onde está sediada a FBX. Ao longo de 2024, ainda serão mapeadas quatro mil moradias e, seguindo os planos da parceria, a ideia é cobrir 100% de Paraisópolis. De acordo com Giva, entre os meses de abril de 2022 e março de 2023, a FBX entregou cerca de um milhão de pacotes em Paraisópolis, carga equivalente a mais 500 milhões de reais, deixando bastante claro para o CEO da FBX e de seus parceiros de varejo e logística, que a favela tem valor como entidade de consumo e deve ser considerada como um local de circulação de pessoas, mercadoria e desejos e, porque não dizer, como um mercado a ser atendido. Como afirma Rodrigues (2023):

[...] 14 mil favelas de todo o Brasil, movimentam 200 bilhões de reais. E a empresa que não está olhando esse mercado perde uma grande oportunidade de ganhar dinheiro. Paraisópolis tem 120 mil pessoas, mais do que muitas cidades do estado de São Paulo. Se fossemos uma cidade, estaríamos entre as 300 maiores do Brasil. Hoje, no Brasil, 20 milhões de pessoas, ou seja, 10% da população, moram em favelas (ARCHANGELI, 2023).

Com o desbloqueio do CEP, o preconceito espacial que limitava a circulação de mercadoria na favela e, com isso, as práticas de consumo, também “desbloqueou” os moradores de Paraisópolis em suas práticas sociais, como já mencionado. Tais iniciativas de empreendedorismo local durante e pós-pandemia colocaram a comunidade também no mapa da mídia global, elevando Paraisópolis a um case de sucesso no mundo dos negócios, no que diz respeito às ações disruptivas em cenários econômicos e socialmente vulneráveis.

Mas, mesmo antes da bem-sucedida implementação do plano de combate à Covid-19 e de toda a repercussão midiática da iniciativa, Paraisópolis vem pondo em prática uma série de ações comunicacionais, de marketing e *branding* da favela que incluem projetos sociais e de turismo (BORGES, 2012), que tem redimensionado sua imagem fora de seus limites geográficos. No entanto, as atividades na comunidade durante a pandemia potencializaram sua presença na mídia, repercutindo em interesse e frequência: entre 2022 e 2023, representantes de Paraisópolis – em especial, Gilson Rodrigues e Giva Pereira - foram convidados para discursar e participar em eventos nacionais e internacionais, tais como a abertura do pregão na Bolsa de Nova York; a *Brazil Conference*, na *Harvard University & MIT*; e no maior festival publicitário do mundo, em Cannes, na França, entre outros. Nos perfis do *Instagram* relacionados à comunidade de Paraisópolis, é possível verificar a divulgação global da presença da favela a partir de *posts* que vão desde a capa da *Vejinha São Paulo* à *TV China*, passando pelo *Fantástico* (TV Globo). Dessa forma, simbolicamente, a favela de Paraisópolis também circula e coloca em circulação pessoas, mercadorias e informação com sucesso, a despeito das notícias sobre favelas brasileiras que reafirmam, para o mundo, a miséria e o caos. “Não queremos ser vitimizados, até porque as nossas conquistas estão alcançando lugares antes inimagináveis”, firma Rodrigues (2023). E finaliza: “a percepção negativa relacionada às favelas está sendo dissolvida. Hoje não podemos vincular todos os moradores de favelas à criminalidade ou à pobreza extrema” (RODRIGUES, 2023).

Materialidades em movimento: apontamentos para pesquisas futuras

“o acesso aos bens e aos serviços traz mais qualidade a vida cotidiana, atenua o peso das diferenças e apartações brutais vivenciadas. Também nos faz entender quem somos e como queremos ser vistos e compreendidos socialmente” (Perez, 2020, p. 114).

Finda a primeira parte da pesquisa aqui relatada, quando se avaliou como a aquisição de produtos feito pelos moradores de Paraisópolis coloca a favela nos mapas de consumo, nos sistemas burocráticos sociais e nos mapas virtuais da cidade, como o *Google Maps*, a ideia é continuar investigando as possíveis transformações vivenciadas pela e na comunidade, a partir do desbloqueio do chamado “preconceito do CEP”. Nesse sentido, em um segundo momento,

a pesquisa pretende utilizar de metodologias móveis (BÜSCHER; URRY; WITCHGER, 2011) no acompanhamento *real time* das compras feitas por moradores, ao longo de seus percursos de entrega (via o sistema da FBX sinalizado pelo *Plus-Code*). Ao mirar nas materialidades em movimento, a pesquisa pretende continuar os estudos sobre as práticas de consumo na favela, focando na hipótese de que Paraisópolis experimentou - e ainda experimenta - transformações em seu espaço e geografia por meio do consumo de objetos, para além das transformações simbólicas que circulam na mídia atualmente, que dão conta de uma bem-sucedida favela pós-pandêmica.

Como se dá a circulação – de pessoas, mercadorias e informação - para além da vizinhança do Pavilhão/G10 Favelas, sede da FBX e *hub* das iniciativas de empreendedorismo social que sustentam e são sustentadas pela caráter midiático de Paraisópolis? Descartando a vizinhança do Pavilhão, quais são os regiões de Paraisópolis que mais compram por *e-commerce* e de que maneira a entrega se dá: com ou sem *plus-code*? Como se dá o mapeamento da comunidade diante de outros regimes de mobilidade – da milícia, polícia, associação comercial e moradores – que operam na favela, diante das desconfianças de que aparatos tecnológicos vão fiscalizar o movimento de outras mercadorias (i)legais? Que negociações são necessárias para que todo esse movimento seja coordenado? São muitas as questões possíveis de pesquisa continuada na segunda maior favela do país.

Contudo, é importante sinalizar que houve limitações na realização da investigação em tela que, possivelmente, serão postas como um problema a ser vencido no futuro. Há uma organização interna do G10 Favelas que controla toda a parte de comunicação com a comunidade e com a rede de *stakeholders* de Paraisópolis, construída a partir das ações da pandemia. Ao trabalhar a comunidade como “marca” e, ao mesmo tempo, como um produto a ser consumido, essa organização acaba por limitar o acesso de pesquisadores/as e da imprensa à comunidade, objetivando um controle de imagem que cria um viés metodológico importante e que foi levado em conta na análise final desta primeira fase e que, certamente, vai precisar ser ultrapassado em investigações futuras.

References

- ARCHANGELI, C. Gilson Rodrigues: 'Transformo a minha vida ajudando a transformar a vida dos outros'. Exame, 28 set.2023 Disponível em: <https://exame.com/colunistas/empreender-liberta/gilson-rodrigues-transformo-a-minha-vida-ajudando-a-transformar-a-vida-dos-outros/> . Acessado em: 12/12/2023.
- BAUDRILLARD, J. 1970. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70. 107p.
- BORGES, Andrea Maria de Abreu. A dois passos do paraíso? Análise sobre a construção da favela Paraisópolis (São Paulo-SP) como destino turístico. Dissertação (Mestrado Profissional em Bens Culturais e Projetos Sociais) –Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. 2012.
- BÜSCHER, Monica; URRY, John; WITCHGER, Katian. **Mobile Methods**. Oxon, UK: Routledge. 2011. 205p.
- CASTRO, Ana. Paula. Com pandemia, comércio eletrônico cresce e movimentou R\$ 450 bilhões em três anos no país. Site G1, Rio de Janeiro, 11 maio.2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/05/11/com-pandemia-comercio-eletronico-cresce-e-movimentou-r-450-bilhoes-em-tres-anos-no-pais.ghtml> . Acessado: 21/10/2023
- G10 BANK e Dock criam primeiro banco digital das favelas. Site Exame. 18 nov.2022 Disponível em <https://exame.com/bussola/g10-bank-e-dock-criam-primeiro-banco-digital-das-favelas/>. Acessado em:14/05/2023.
- QUEM SOMOS. Disponível em: <https://g10bankbrasil.com.br/#1>. Acessado em: 21/10/2023.
- FREIRE-MEDEIROS, Bianca; LAGES, Maurício Piatti. A virada das mobilidades: fluxos, fixos e fricções. **Revista Crítica de Ciências Sociais** [on-line], 123, p.121-142. 2020. DOI: 10.4000/rccs.11193. Disponível em: <https://journals.openedition.org/rccs/11193>. Acessado em: 01/12/2023
- GLICK SCHILLER, Nina; SALAZAR, Noel. B. Regimes of Mobility Across the Globe. **Journal of Ethnic and Migration Studies**. Volume 39 - Issue 2. 2013. DOI: 10.1080/1369183X.2013.723253. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369183X.2013.723253?scroll=top&needAccess=true>. Acessado em: 01/12/2023.
- MACHADO DA SILVA, Luiz Antônio; LEITE, Marcia. Violência, crime e polícia: o que favelados dizem quando falam desses temas? In: MACHADO DA SILVA, L. A. (Orgs.). **Vida sob cerco: violência e rotina nas favelas do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Faperj/ Nova Fronteira, 2008, p. 47-76.
- MACHADO DA SILVA, Luiz Antônio; MENEZES, Palloma Valle. (Des)continuidades na experiência de “vida sob cerco” e na “sociabilidade violenta”. **Revista Novos Estudos**. Cebrap. São Paulo. v38 n03. p.529-551 set.–dez, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.25091/S01013300201900030005>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/drpnMqtGffQ9wgpjKGRKqJM/abstract/?lang=pt>. Acessado em: 01/12/2023.
- MANO, Apoena. Morro de medo: regimes de mobilidades após uma década de Unidades de Polícia Pacificadora em favelas

do Rio de Janeiro. **Ponto Urbe**. Vol. 28. 2021. DOI: 10.4000/pontourbe.10.148. Disponível em: <https://journals.openedition.org/pontourbe/10148>. Acessado em: 01/12/2023.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2006. 4ª. ed.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social. Rio de Janeiro: Qualitymark. 2001. 229p

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar. 2014. 244p.

NOGUEIRA, Maria Alice de Faria. Trecos móveis: a mobilidade em potência e o novo papel social dos objetos na publicidade das marcas. **Signos do Consumo**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 72-81. 2021. DOI: 10.11606/issn.1984-5057v13i1. p.72-81. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/175841>. Acessado em: 01/12/2023

NOGUEIRA, Maria Alice de Faria; BORGES, Andrea Maria de Abreu. When public health fails: community management in the fight against the COVID-19 pandemic in Paraisópolis. In NOGUEIRA, Maria Alice de Faria. (Orgs.) **Alternative (im) mobilities**. Oxon, UK: Routledge. 2023. p.7-21

PEREZ, Clotilde. **Há limites para o consumo?** Barueri, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2020. 143p.

ROCHA, Everardo. **Magia e Capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. 3a ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985. 162p.

RODRIGUES, Gilson. Todo dia é dia de Favela. Site Folha de São Paulo. 4.nov.2022 Disponível: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2022/11/todo-dia-e-dia-da-favela.shtml>. Acessado: 19/12/2023

SAHLINS, Marshal. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Editora Zahar. 2003. 231p.

SANCHES, Taísa. Diz-me onde moras e eu te direi quais direitos tens: cidadania regulada pelo CEP. Horizontes ao Sul. 5 nov.2020. Disponível em: <https://www.horizontesaosul.com/single-post/2020/11/03/DIZ-ME-ONDE-MORAS-E-EU-TE-DIREI-QUAIS-DIREITOS-TENS-CIDADANIA-REGULADA-PELO-CEP>. Acessado em: 14/05/2023.

SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adelia A. de; SILVEIRA, Maria Laura (orgs.). **Território, Globalização e Fragmentação**. São Paulo: Editora HUCITEC. 1998. 332p.

SHELLER, Mimi. **Mobility Justice**: The Politics of Movement in An Age of Extremes. New York: Verso, 2018. 240p.