

**VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo**  
**IV Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo**  
**II Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo**

**Comida e alimentação na sociedade contemporânea**

**9, 10 e 11 de novembro de 2016**

**Universidade Federal Fluminense em Niterói/RJ**

**JOVENS DA PERIFERIA DA ZONA OESTE DE SÃO PAULO/SP E OS DESAFIOS DA  
INCLUSÃO NA SOCIEDADE DO CONSUMO**

Paula Nascimento da Silva Moura<sup>1</sup>

**Resumo**

O presente trabalho, que tem como base a dissertação de mestrado intitulada “Desafios da Inclusão do jovem na sociedade de consumo: as alternativas encontradas por jovens da periferia da zona oeste de São Paulo SP/SP”, defendida na Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, se insere no contexto da emergência do tema juventude em diversas áreas do conhecimento das Ciências Humanas, centrando-se na Sociologia e na Psicologia da Educação. O objetivo foi contribuir para a compreensão da relação entre jovens em situação econômica desprivilegiada e as contradições entre exigências e recursos presentes na sociedade de consumo. O trabalho tem como uma de suas principais referências a pesquisa de campo com jovens moradores da periferia da zona oeste de São Paulo/SP, atendidos por um grupo de assistência social local, durante três anos. A partir de observação, entrevistas, questionários e convivência constante com um grupo que compreendia cerca de 100 jovens com idades entre 13 e 21 anos, a pesquisa traz a escuta sobre as preferências e necessidades relacionadas ao consumo material e imaterial, revelando a necessidade de reconhecimento pelo grupo e a preferência por objetos que compõem a aparência pessoal. Os resultados são a compreensão que foi possível construir ao longo desse estudo, com as narrativas sobre as estratégias utilizadas por esse grupo de jovens para se sentirem incluídos em valores sociais amplos, bem como as contradições subjetivas e objetivas daí decorrentes.

**Palavras-chave:** Desigualdade Social; Juventude; Sociedade do Consumo.

---

<sup>1</sup> Doutora e Mestre em Educação pela Universidade de São Paulo e graduada em Ciências Sociais também pela Universidade de São Paulo. Professora do Curso de Licenciatura em Pedagogia no Centro Universitário Hermínio Ometto|Uniararas. E-mail: paulanascimento@uniararas.br.

## 1. Introdução

*Eu sonho em estar começando a faculdade de direito, ter um bom emprego, ter a minha casa, ajudar a minha mãe e ser do bem. (Sueli, 15 anos, entrevista publicada em Silva, 2008)*

As angústias de entrar em uma universidade, concluir o curso e entrar no mercado de trabalho da profissão escolhida são enfrentadas por muitos jovens. Tudo isso ao lado de encontrar seus pares, ser reconhecido dentro dos padrões sociais. Mas e o jovem que não possui recursos materiais e imateriais para seguir a profissão desejada? E aqueles que não possuem as condições objetivas para atender as demandas sociais?

Foram essas questões que levaram ao início da pesquisa sobre a condição do jovem das classes populares em 2005 e que culminaram nos dados e reflexões da dissertação de mestrado que apresento neste artigo, que se voltou ao problema do consumo, por compreendê-lo como problema social central na nossa sociedade e, em especial, para o jovem.

Encontrando o problema de pesquisa, questionamento inicial foi: em um mundo em que o consumo é o centro das relações econômicas e até mesmo o centro da sociabilidade contemporânea, como vivem os jovens cujos recursos que possuem não os permitem consumir? E para investigar o tema, buscamos espaços de convivência com esses jovens para que pudéssemos não só realizar entrevistas, mas também ter a possibilidade de interagir, realizando uma pesquisa de cunho etnográfico.

Essa pesquisa foi acolhida por um grupo de assistência Social da região oeste do município de São Paulo/SP, denominada Grupo de Assistência Social Bom Caminho, que atende a população local oferecendo alimentos e espaços educativos. Para ser atendido pelo grupo de assistência social, as famílias passam por uma triagem em que são priorizadas aquelas mais economicamente necessitadas. É também uma instituição religiosa espírita kardecista, ainda que os seus frequentadores não tenham a obrigatoriedade de pertencer a essa religião.

O trabalho de mestrado trouxe as reflexões sobre os encontros semanais aos sábados que ocorreram ao longo de 2005 a 2007, com cerca de 100 jovens de 13 a 21 anos, em um número equilibrado de meninos e meninas. Atuei como voluntária nesta instituição acompanhando as atividades com os jovens participantes: em geral encontros para discutir temas como saúde, afeto, trabalho, educação, vícios e violência. Meu papel era de ajudar nessas discussões e na organização de passeios, festas e demais eventos da instituição.

Nos primeiros encontros com os jovens que participavam das atividades do Grupo de Assistência Social, a primeira coisa que chamou atenção em relação ao consumo (e o que era possível observar no momento) eram os objetos pessoais e o vestuário. Portando objetos que pareciam além do que a renda familiar média das famílias indicavam, surgiram diversas questões iniciais, entre as quais se destacam: quais as estratégias encontradas pelos jovens para adquirir esses objetos? Por que investir em objetos que compõem a aparência e não em outros mais *úteis* ou *necessários*?

Buscando aprofundar e problematizar essas questões, o trabalho de campo consistiu em:

- análise das atividades realizadas pelos grupos de jovens que estivessem relacionadas ao tema da pesquisa;
- entrevistas individuais gravadas com 21 jovens da Instituição sobre o seu cotidiano, preferências de consumo e os meios de adquiri-los;
- questionário aplicado a 63 jovens, também com questões sobre suas preferências de consumo, além de informações que ajudassem a construir o perfil socioeconômico do grupo.
- visitas à comunidade atendida pela instituição.

Nas 21 entrevistas realizadas com os jovens, todos responderam as mesmas duas perguntas: 1) O que você faria se ganhasse agora 500 reais? 2) O que você faria agora se ganhasse 500 reais por mês? E as respostas foram, em ordem de maior frequência: roupas, calçados, ajudar nos gastos de casa, cosméticos, vídeo game (SILVA, 2008). Dentre todas as possibilidades possíveis – visto que a pergunta era aberta – chamou a atenção o fato dos objetos que compõem a aparência pessoal representarem tamanha importância, confirmando as impressões iniciais. Dado que deve ser analisado em um contexto de carências múltiplas.

No questionário aplicado aos jovens, 43% declararam que sua renda familiar era de até um salário mínimo; 25% não souberam responder; 22% até dois salários mínimos e o restante, 10% com mais de 2 salários mínimos. Vale sublinhar que essa renda atendia famílias extensas, algumas vezes com cinco crianças, parentes e agregados (SILVA, 2008).

Para compreender os resultados, foi preciso aprofundar na compreensão das razões que explicam o porquê desses objetos aparentemente tão simples serem o centro do desejo dos jovens entrevistados e dos demais que fizeram parte da pesquisa, cuja convivência e seus demais relatos ratificam esse dado.

As entrevistas e os estudos sobre o tema me fizeram repensar, junto com a orientadora da pesquisa, as questões iniciais, inclusive questionando o que podemos considerar necessário ou útil, diante do perfil dos jovens e diante, principalmente, de suas aspirações e desejos pessoais. Essa discussão com os autores de referência sobre o tema e a fala dos jovens participantes da pesquisa é o que apresento nesse texto. A proposta é, que a partir destas duas fontes em conjunto, o artigo possa trazer algumas impressões e visões sobre a relação de jovens moradores das periferias paulistas e os desejos e exigências de consumo, além de ter uma visão geral sobre mecanismos que reproduzem a sociedade do consumo.

E o estudo sobre o jovem é também importante na medida em que reflete, em lentes de aumento, o funcionamento social:

O adolescente representa, para mim, um papel de duplo revelador. Ele revela o que eu chamei de qualidade das nossas bases narcísicas, isto é, o nosso ser, nossa autoestima, adquiridas durante a infância e que, com a necessidade, na puberdade, de estabelecer uma distância com os objetos de ligação, obrigarão o sujeito a entrar em contato com seus recursos internos. Esse é o espelho do que se passou durante a infância. O segundo ponto é que, a partir dessa grande dependência do meio ambiente, o adolescente será um revelador da sociedade e da representação que os adultos têm de si e dos próprios adolescentes” (JEAMMET, 2005, s/n).

Defende-se assim, a concepção do jovem como *espelho da sociedade* e como tal reflete as contradições de uma sociedade de consumo. Os conflitos psíquicos fazem parte do processo de formação do sujeito em

qualquer época. Sua expressão, sua dimensão e sua intensidade, porém, dependem dos recursos oferecidos pelo meio.

## 2. Sociedade do Consumo

*Ah comprar, deixa eu ver, comprar calça, saia, blusa, tudo na moda, tem que ser tudo na moda [...] eu não sei muita marca de tênis não [...] o que tá mais na moda eu tô pegando [...] de cosmético é Boticário, Natura (Gabriela, 21 anos, entrevista publicada em Silva, 2008).*

A compra de objetos “desnecessários” ou com vistas a algo além do seu valor de uso, não é novidade do mundo moderno. Todas as sociedades, independentemente de sua cultura ou riqueza material, geram excedentes e distinções cuja função é reproduzir os privilégios de classe (BAUDRILLARD, 2007). De acordo com Jurandir Freire Costa (2004), narrativas sobre a burguesia dos séculos XVIII e XIX mostram que a compra de objetos aparentemente desnecessários era comum, inclusive aqueles relacionados à expressão no meio social – papéis, telas, instrumentos musicais, etc., os mesmos que enriqueceram a grande tradição artística ou moral das elites ocidentais. Também as tradições familiares eram vivenciadas por meio de objetos que marcavam datas e rituais, por exemplo, dando visibilidade aos fatos emocionais. Então qual seria a especificidade do consumo atual?

A sociedade tem sido denominada de diferentes formas, Sociedade do Conhecimento, Sociedade da Informação, entre outros, em função do recorte a que se quer enfatizar ou conforme a visão de mundo que se deseja defender, entre outras possibilidades. A interpretação trazida por esse trabalho coloca o consumo como centro da economia e mesmo da sociabilidade contemporânea. Tal escolha baseia-se na compreensão de que a sociedade de consumo corresponde a uma fase do sistema capitalista, em que a capacidade de produção superou a demanda pelos produtos. Nessa configuração, a necessidade do produto não é definida pelo seu próprio consumidor, mas por aqueles que produzem e que precisam que os seus produtos sejam comprados, para que possa manter e expandir os seus negócios. Sendo assim, como forma de aumentar a demanda, o *marketing* e a publicidade passam a ser ferramentas essenciais para construir necessidades. O sistema de produção controla o desejo e a frustração daquele que adquire os seus produtos para assegurar o seu poder. (BAUDRILLARD, 1983)

Jean Baudrillard, autor das obras clássicas “O sistema dos objetos” e “A Sociedade do Consumo”, argumenta que o consumo passa a ser o centro do processo produtivo e o transcende, indo além da percepção imediata de posse, ingestão, uso ou fruição de bens e explica que a importância do indivíduo se encontra no seu papel de consumidor (BAUDRILLARD, 2007). Entende o consumo como a produção industrial de diferenças. Isso significa que o objeto não serve apenas para cumprir uma função de uso, mas para comunicar uma personalidade: o que o consumidor é ou deseja ser em distinção dos demais (BAUDRILLARD, 1983).

Essas diferenças acabam por constituir um sistema complexo, uma vez que a diferença de um objeto não se encerra em si mesma, ela só é diferença na relação com outros objetos. Neste sistema, o sujeito toma as

diferenças em variadas significações, seja em diferenças substanciais, apenas marginais ou na combinação das mesmas. Um automóvel, por exemplo, diferencia-se de outros automóveis por algumas características específicas; características estas que fortificam e dão vida à sociedade do consumo, como: tipo, modelo, marca, cor, ano etc., e ao escolher e possuir um carro com determinadas características, comunica-se a própria personalidade (real ou ideal) nas relações sociais. Além disso, o automóvel comunica não apenas como objeto isolado, mas em conjunto com outros objetos de posse dos sujeitos, que vão desde os acessórios do mesmo até a casa em que o carro estaciona.

Baudrillard (1983) alerta, no entanto, que a posse de tais objetos não faz com que as pessoas se diferenciem realmente. Elas adotam modelos diferenciais personalizantes ou apenas pequenas diferenças marginais produzidas artificialmente pelo sistema produtivo. E por trás das diferenças superficiais e apenas aparentes, encontra-se o indivíduo inconscientemente conformado, que compartilha de uma mesma submissão ao sistema do consumo. O que é fundamentalmente distinto das diferenças de nascimento, de sangue ou de religião, por exemplo, que em determinadas sociedades são imutáveis independente do contexto. Um nobre no sistema feudal, por exemplo, não deixa de ser nobre independente das condições materiais. Ainda assim, mesmo não configurando diferenças profundas, o consumo, como possibilidade de diferenciação, consolida-se como preocupação generalizada na sociedade ocidental contemporânea.

*[...] se eu tivesse trabalhando eu comprava do tipo do meu estilo porque eu gosto de rap e comprava várias coisas pra mim de rap. Sabe, é porque eu não tenho dinheiro mesmo pra mim comprar meu estilo.*

*[...]*

***Te faz falta não ter essas roupas?***

*Faz, faz muita falta viu, se eu pudesse, nossa. É o que eu te falei, se eu tivesse trabalhando compraria de tudo pra mim [...]* (Letícia, 18 anos, entrevista publicada em Silva, 2008)

Assim, para entender o consumo, não basta o estudo dos fenômenos sociais. É preciso partir para uma *teoria* do campo *inconsciente* da lógica social, pois é nesse campo em que se dá o controle social dos modernos sistemas. Contrariando as análises clássicas de que os indivíduos estariam sendo capturados pelo sistema através da ideologia do conforto e da satisfação, o autor defende que o sistema controla os indivíduos, mas através de instrumentos ainda mais sutis, disciplinando-o para entrar nas regras do jogo, na competição no plano do código ou dos significados (BAUDRILLARD, 2007).

Autores da Escola de Frankfurt, nas décadas de 1940 e 1950, foram os primeiros a descrever as mudanças no sistema de produção e nas estruturas de controle social que deram origem à sociedade de consumo, ainda que não tenham cunhado o termo, como argumenta Renato Mezan (2002). De acordo com os autores e, em particular, Max Horkheimer e Theodor Adorno (1985), a racionalidade técnica, promovida pelo processo de esclarecimento, produziu avanços tecnológicos capazes de produzir o suficiente para satisfazer as necessidades individuais e sociais com um mínimo de trabalho. Contudo, tais avanços, que poderiam libertar os sujeitos do trabalho exaustivo com uma melhor distribuição das riquezas, foram para outra direção.

A libertação do mundo da produção poderia eliminar a alienação e a ideologia, mas, em lugar disso, o esclarecimento foi capaz de aprisionar os sujeitos através de novas formas de controle social. E um dos aspectos que explicam a continuidade da subordinação à exploração é o apelo aos desejos dos sujeitos para a compra de objetos, pois, o acúmulo e o consumo cada vez maior e mais diversificado de bens, acabam aprisionando os trabalhadores ainda mais no trabalho, uma vez que precisam de mais recursos para adquirir tais objetos. Os sujeitos estariam assim, “[...] abdicando da liberdade em relação a um sistema produtivo que o escraviza em nome da possibilidade de participação na sociedade de consumo, que prega a aquisição de bens materiais e simbólicos como ideais de felicidade e de liberdade [...]” (HORKHEIMER; ADORNO, 1985, p. 47).

Ainda que as lutas políticas tenham conquistado uma redução da jornada de trabalho, garantindo mais tempo fora do emprego, esse maior tempo livre – muitas vezes apresentado aos trabalhadores como uma concessão do sistema capitalista – foi também colonizado pela sociedade do consumo, por meio dos seus produtos de entretenimento e seus estímulos audiovisuais intensos que não permitem reflexão ou nem ao menos o pensamento. Através dos bens culturais que imitam a rapidez da esfera da produção, impede-se que o sujeito desacostume ao ritmo das máquinas, o que leva o ritmo do trabalho para a esfera privada. Nesse compasso, os sujeitos tornam-se incapazes de perceberem que tamanha rapidez já não é mais necessária, afinal, as máquinas já são velozes o suficiente para substituir grande parte do nosso trabalho, como vimos anteriormente.

A subordinação à esfera da produção pode ser explicada, portanto, pela possibilidade do consumo associado ao enfraquecimento do pensamento. Aquele que deseja consumir entra na lógica do mercado de trabalho, independente da especialidade, para consumir os produtos que estão disponíveis no mercado. Há pouca margem para criação, alternativas de subsistência e satisfação pessoal fora dessa lógica.

Nestor García Canclini (1997) aborda também o enfraquecimento do pensamento, já observado por Horkheimer e Adorno (1985). A simplificação mercantil das culturas tradicionais subestima a inteligência dos “expectadores”, pressupondo que num momento de lazer ninguém está disposto a pensar. Conforme os indivíduos vão se formando sob tal subestimação, destacam-se os efeitos desta redução sobre a consciência política e cultural. Treinando as suas populações para viverem sob regimes totalitários que têm como parâmetro as relações de consumo.

Sendo assim, voltando às contribuições de Mezan (2002, p. 190), longe da aparente liberdade, vivemos uma “[...] sublimação administrada, superando uma época em que a repressão era fundamental para submeter uma grande parcela da população à um regime de pouco prazer e muita dor.”, ou seja, se antes as classes trabalhadoras eram controladas para que pudessem suportar a exploração no trabalho, na sociedade do consumo, o controle se volta para que o sujeito busque prazer constante.

Como afirmam Horkheimer e Adorno (1985), a cultura, nesses moldes, não permite a satisfação do sujeito. Isto porque o aumento e a diversificação da produção de bens de consumo vêm associados à insatisfação gerada pela falta de sentido de tais objetos que não nos eram necessários, mas impostos como necessidade. Situação que, em termos psicanalíticos, faz com que a pulsão se associe a todos os objetos e a nenhum ao

mesmo tempo, numa compulsão que se esgota em si mesma. Enquanto se deseja uma experiência profunda e duradoura, algo em que se possa investir - tal qual é a função do objeto no sentido da psicanálise - a indústria cultural nos oferece objetos obsoletos que vão se diferenciando somente nos detalhes, para que possamos continuar consumindo.

Autores contemporâneos reafirmam a condição já descrita pelos frankfurtianos na primeira metade do século XX e indicam a sua intensificação. Gilles Lipovetsky (1994), filósofo francês, argumenta que o narcisismo é uma marca do indivíduo contemporâneo. Narcisismo que se constitui como produto da permissividade e do hedonismo atual e, por outro lado, de uma cultura psicologizante – características da sociedade estadunidense que vão se tornando hegemônica. O indivíduo narcisista caracteriza-se pelo seu desinvestimento nas questões coletivas em geral, enquanto volta-se cada vez mais para si próprio. Contudo, por trás da aparente liberdade que essa sociedade traz ao indivíduo, há um rígido controle da vida social e privada que se exerce não mais pela coerção, mas pela sedução.

***Que marcas de roupa você gosta?***

*Ah, tem uma pá [...] Puma, Pólo, Nike, Adidas, um monte de marca esportiva que entrou agora na moda e a Puma lançou aquela que tem um tigrezinho escrito Puma assim [...] (Nilson, 17 anos, entrevista publicada em Silva, 2008)*

Se o indivíduo contemporâneo se caracteriza pelo narcisismo, a sociedade que o produz é caracterizada pela moda. Lipovetsky (1994) defende que a moda *remodela* a vida contemporânea, cujo eixo temporal é o presente, numa ruptura com grande parte do percurso histórico da humanidade em que as obras eram realizadas sob a autoridade estética dos antigos, voltadas para o passado e para a permanência no futuro – aspectos que limitavam o avanço das mudanças e da consequente obsolescência dos objetos.

Nas situações cotidianas – tais como a higiene pessoal, os cuidados com o corpo, a prática de esportes e os vícios – há uma libertação das obrigações institucionalizadas em nome do investimento narcísico. Segundo Lipovetsky, “[...] trocamos o saber enfático da dignidade pelo culto egocêntrico e obsessivo da saúde, da juventude, da estética corporal [...]” (LIPOVETSKY, 1994, p. 119).

Zigmunt Bauman (2001) afirma que ser moderno é ser incapaz de ficar parado e de aceitar a impossibilidade de atingir a satisfação. Na sociedade de consumo tudo é uma questão de escolha, exceto a obrigação de ter que escolher. Enquanto a vida dos produtores era extremamente regulada, com escassas possibilidades e muitos deveres a cumprir, a vida organizada em torno do consumo parece não ter normas que não sejam os desejos individuais. Sem referências, a melhor utilização dos recursos fica a cargo do sujeito.

Bauman (2007) assinala, assim como destacamos em Mezan (2002), a passagem de uma sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores. É pela via do consumo que seus membros são engajados. A forma de existência contemporânea hegemônica, a *vida líquida*, é uma vida de consumo. Tudo – inclusive os próprios sujeitos – passa a ser tratado e avaliado como objeto de consumo. A identidade individual, em nossos tempos, é construída através dos objetos que oferecidos no mercado. Desse modo, o nosso *ser* está diretamente vinculado ao que podemos *ter*.

Portanto, desde a primeira metade do século XIX, como nos mostra os autores da Escola de Frankfurt e até hoje, como esclarece Mezan, a coerção social se dá por meios tão sofisticados que parecem libertários. A principal estrutura de controle deixou de ser a coerção direta da pulsão e passou a ser a sublimação administrada, em grande parte realizada pelo indivíduo sobre si mesmo. O que mantém o sistema funcionando é a possibilidade razoável de satisfação dos seus desejos.

### 3. Juventude: contradições e controle

Assim que cheguei na sala de aula alguns dos meninos disseram “olha o tênis da tia”. O tênis era um Olympikus que custa 99 reais, preço bem abaixo das marcas normalmente mais valorizadas. Surpreendi-me com o fato deles terem reparado. Disse que meu tênis devia ter custado bem menos que os que eles estavam usando: pareciam ser da marca Nike, pelo símbolo, mas já bem velhos e rasgados. Eles responderam: “que nada, tia, um desses é bem baratinho. Com 50 reais eu arrumo um pra senhora”. “Como assim?” eu disse. “Um desses deve custar uns 400 reais” ao que eles disseram: “Que nada. Quando era lançamento era isso mesmo, agora compra por 50 reais. Lá em Pinheiros, na banquinha. Agora baixou”. Eu disse: “Barato mesmo. Esse aqui eu paguei 99 reais” e eles perguntaram onde e eu respondi que havia comprado em uma loja em um shopping ao que eles comentaram: “Ah, na loja. A tia compra tênis na loja. [...]” (Diário de campo, publicado em Silva, 2008).

Mas como essa juventude se insere no contexto descrito? Em particular, como se insere a população das periferias das metrópoles brasileiras, cujos recursos limitam as possibilidades de consumir? Iniciamos com a questão mais geral. Vivendo na sociedade de consumo, usufruindo de mais tempo livre, com mais exposição à publicidade e ainda com necessidades características dessa fase da vida, a juventude entra em destaque.

O consumo é um meio importante pelo qual o jovem se comunica, assim como todos os sujeitos parte de uma sociedade de consumo. Cada sujeito informa grande parte de seus desejos e personalidade por meio de bens materiais e imateriais adquiridos no mercado, seguindo as orientações de um sistema que indica o que é e o que não é valorizado no grupo privilegiado no qual se quer manter ou do qual se quer fazer parte. Longe de ser um processo que leva à pura fruição, a estratégia do consumo com vistas ao prazer é um imperativo social tão forte quanto aquela que levava os homens ao trabalho e à produção.

[...] Encontrei o Wallace, 16 anos, no ônibus. Ele estava voltando do trabalho. Contou orgulhoso que tinha ido trabalhar em uma feira livre na Aclimação e na Ceagesp como ajudante geral: passa o dia carregando caixas que pesam, em média, 30 quilos. Parecia feliz, provavelmente porque naquele dia estava recebendo o seu primeiro pagamento semanal: 350 reais.

Perguntei o que ele ia fazer com esse dinheiro e ele respondeu: “Ah tia, eu vi um *pano*, nossa. Amanhã vou lá em Pinheiros comprar”. Ele se referia a um agasalho da Nicoboco que custa 200 reais, como ele afirmou. Disse já ter escolhido a cor: azul-marinho. Ele daria ainda 100 reais para a mãe: “100 reais dá pra fazer uma compra boa né, tia?” e ficaria com os outros 50 reais para passar a semana. Como o seu pagamento era semanal, ele disse que não estava muito preocupado porque na semana seguinte ia receber de novo e poderia comprar mais coisas para ele e que ainda ajudaria a mãe.

Wallace está fora da escola desde o ano passado. Disse que pretende fazer supletivo no ano que vem. Wallace e mais cinco irmãos moram com a mãe e o padrasto. Ele não soube me dizer se o padrasto dele está trabalhando e nenhum dos irmãos nem a mãe dele trabalham. (Diário de campo publicado em SILVA, 2008).

O jovem é definido também como aquele que consome em oposição ao adulto que produz. O consumo, que caracteriza primeiramente os jovens, se difunde e adquire um papel central que se amplia concentricamente para toda a sociedade. Não é por acaso que a expressão sociológica por excelência que nasce desse contexto é a Sociedade do Consumo (CANEVACCI, 2005).

Para o jovem, a necessidade de comunicação por meio dos bens materiais e imateriais se intensifica por conta de determinadas especificidades, tais como a construção da identidade e o desejo de afirmá-la, além da imprescindibilidade de fazer parte de grupos de pares e de ser reconhecido. Em especial numa época de crise de autoridade, o controle pela sociedade do consumo não encontra empecilhos. A educação escolar, por sua vez, não tem obtido êxito na construção da formação crítica necessária para que os jovens consigam filtrar as informações recebidas pela publicidade.

Não se pode estudar os jovens sem considerar tanto a configuração social que a criou, como as especificidades psicológicas que essa fase comporta. Como explicam Jeammet e Corcos (2005), até a formação de suas bases narcísicas, o indivíduo só é aquilo com o que ele se identifica do outro. A adolescência é o momento em que ele intensifica o processo de formação de si e para isso tem que negar as influências que recebeu até o momento. O sujeito precisa questionar as normas que aceitou de forma passiva na relação com os pais para testá-las, compreendê-las e internalizar novamente aquelas que lhe fizerem sentido. É um momento em que necessita de novas referências.

A configuração psicológica do indivíduo, no entanto, traz especificidades em função tempo de insegurança e efemeridade. As psicopatologias características de determinadas épocas, que já estiveram relacionadas a uma sociedade repressiva, como a histeria, por exemplo, são determinadas hoje pelos efeitos da permissividade. É assim que, ao lado das transformações da sociedade, deve-se estar atento às novas formas de socialização e de construção da subjetividade. O jovem, em um momento chave de construção de sua identidade, por meio do seu comportamento espelha os efeitos dessas mudanças.

Entretanto é preciso lembrar que existem *juventudes* e não *juventude*. Waiselfisz (1998) afirma que grande parte dos estudos realizados sobre a juventude tende a privilegiar os aspectos de jovens considerados excluídos socialmente, enquanto outros, porém, tomam uma cultura juvenil da classe média como representativa de toda a juventude. O autor alerta que é preciso estar atento ao fato de que não há um tipo único de jovem e que as tentativas de generalização ocultam especificidades importantes. Para o autor, enquanto, no geral, o jovem pobre luta pelo reconhecimento social por sentir-se excluído socialmente, o jovem de classe média tende a experimentar o sentimento de exclusão existencial.

Analisando um desses polos de análise, a crise do emprego pode ser considerada um marco da desvalorização do jovem das classes populares, que atinge essa população como nenhuma outra em "idade produtiva". No Levantamento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), verificou que a taxa de desemprego entre

jovens (de 14 a 24 anos idade) que corresponde no primeiro trimestre de 2016 a 26,36% é maior do que a média do desemprego em todas as faixas etárias, que chegou a 11,2%. É preocupante ainda o número de jovens que nem estudam e nem trabalham (chamados “nem-nem”) que somam 13% do total de jovens brasileiros. (DESEMPREGO AFETA MAIS..., 2016, s/n).

Tal informação tem seu aspecto positivo, pois, em uma situação em que demanda de mão de obra diminui com os avanços tecnológicos, os jovens estariam liberados para dedicarem-se aos estudos e a si próprios por mais tempo até entrarem no mercado de trabalho. Entretanto, como é possível constatar pelo número de jovens que nem trabalham e nem estudam, nem sempre é o estudo que determina o adiamento da entrada no sistema produtivo. Além disso, a inserção no mercado de trabalho impõe-se como necessidade para grande parte dessa população. Em entrevista à Melissa Mattos Pimenta (2005), Paul Willis explica que “o salário permite uma série de emancipações culturais, além de dar acesso ao mundo do consumo [...] (PIMENTA, 2005, s/n). O jovem desempregado está com sua transição econômica, cultural, social e política atravancados, uma vez que sem recursos financeiros pouco lhe é acessível numa sociedade de consumo.

Maria Carla Carrochano e Marilena Nakano (2002) enfatizam igualmente a importância do emprego para esse segmento da população, que busca no trabalho o respeito, a autonomia em relação ao adulto, a convivência, conhecimentos e o consumo de bens sociais e materiais que lhes permitem identificar-se como jovens.

*[...] eu trabalhava de bico com o Marcelo [...] fazia uns bagulho [...] eu ajudava ele a carregar entulho, barro [...] a cada dois dias assim ele dava 30 reais. (Arthur, 16 anos, entrevista publicada em Silva, 2008)*

*[...] minha mãe que me dá as coisas, mas ultimamente ela não tá me dando mais, porque ela tá construindo lá em casa. Mas tipo, eu tranço cabelo, entendeu? Aí eu ganho um dinheirinho. Dá pra mim comprar minhas coisinhas, compro chinelinho [...] o básico que dá pra mim comprar e eu compro. (Letícia, 18 anos, entrevista publicada em Silva, 2008)*

***E quando você quer comprar uma roupa, você pede dinheiro para o seu pai?***

*Eu pago. Eu tento achar um lugar onde tenha que entregar folheto, aí eu entrego o folheto, pego o dinheiro e vou guardando até dar a quantidade certa pra comprar. (Fábio, 15 anos, entrevista publicada em Silva, 2008)*

Entre os 47 jovens sujeitos da pesquisa, maiores de 15 anos (considerados população economicamente ativa), 11 deles relataram estar trabalhando, sendo que apenas um no mercado de trabalho formal. 28 jovens, ou seja, cerca de 60% deles estavam busca de emprego. Número que se aproximava da situação de emprego na época, quando apenas 36% dos jovens entre 15 e 24 anos conseguiram uma ocupação no mercado de trabalho brasileiro<sup>2</sup> (DIEESE, 2006).

Sem emprego, a ocupação dos mais pobres não é mais garantida e seu tempo livre passa a ser visto como perigo em potencial. Afinal, se o que se espera do jovem é o consumo e a transgressão, o que esperar de um jovem que não tem recursos para consumir? Ou ainda, como lidar com a contradição: por um lado, os jovens

---

<sup>2</sup> A situação de desemprego ou desocupação definida pelo IBGE corresponde ao percentual de pessoas desocupadas procurando trabalho entre os economicamente ativos (IBGE, 2007).

das classes populares são desencorajados a trabalhar (vide a leis trabalhistas) e nem o trabalho lhe é prontamente possível caso o queiram, enquanto, por outro lado, a cultura afirma e reafirma o seu direito ao prazer e ao consumo, sem considerar que não há recursos para financiá-los?

É uma análise que merece muito cuidado, mas tal contradição leva a pensar que seria mais fácil para o jovem lidar com as carências materiais em um contexto histórico no qual a disciplina e o esforço eram socialmente valorizados, do que numa conjuntura em que o hedonismo prevalece.

Creio que, infelizmente, numa sociedade muito aberta, aproveitável para pessoas muito seguras de si mesmas, corre-se o risco de vir a ser narcisicamente muito difícil de viver. Se esses sujeitos que buscam no exterior meios de se assegurar, de ter referências que não têm no interior de si, não encontram no nível social um certo número de limites que possam lhe servir de referência, mesmo se eles se opuserem e o transgredirem, eles podem sentir essa grande liberdade, essa ausência de resposta, como uma forma de abandono a esse mundo interno inseguro (JEAMMET, 2005, s/n).

Os jovens são obrigados a se fazerem sujeitos sem nenhum enunciador coletivo, nem mesmo enunciado pelos responsáveis por sua educação (SOUZA, 2004). Suas poucas referências são as celebridades da mídia (COSTA, 2004) que desaparecem de suas vistas, antes que esses jovens consigam entender o modelo de vida que elas difundem.

*[...] eu gostaria de ser modelo. Modelo não, manequim [...] eu gosto não de desfilar, mas de tirar fotos [...] tenho que fazer o meu book, porque aí se alguém me chamar na primeira oportunidade eu vou. (Priscila, 13 anos, entrevista publicada em Silva, 2008)*

No que se refere ao reconhecimento, o desejo de ser reconhecido leva os sujeitos a procurarem uma maneira de se destacar. Entre aqueles em uma condição desprivilegiada, essa questão se agrava, pois sentem uma maior necessidade de afirmação ao mesmo tempo em que possuem menos recursos para isso.

O risco inerente ao homem é essa incapacidade de fazer o mal sem limites, que nada mais é pra mim do que o inverso, a imagem do espelho, da capacidade criadora. A destrutividade seria no fundo a criatividade do pobre, não no sentido econômico, e sim daquele que se sente impotente, não visto por ninguém, sem valor (JAMMET, 2005, S/N).

Juan Pegoraro (2002) explora as estratégias para acesso aos bens de consumo de sociedades pós-industriais por jovens numa situação de exclusão social e inclusão cultural. Destaca que enquanto alguns jovens se comportam de acordo com as normas, outros combinam comportamentos aceitáveis e reprováveis e que as formas legais e ilegais de satisfazer as demandas de consumo são determinadas social e culturalmente pelo grupo de referência. Com forte presença do tráfico de drogas nas grandes cidades, recrutando seus trabalhadores entre aqueles em situação econômica e social menos privilegiada, essa é uma alternativa para os jovens moradores da periferia.

#### 4. Desigualdades

[visitamos] a casa da Sara, 18 anos, que fazia parte do grupo de jovens até o ano passado (2006). O acesso à casa é difícil, pois se encontra numa viela muito estreita. É de alvenaria e não tem acabamento. Na parte inferior da casa fica a sala e a cozinha e no piso superior dois quartos. Há muitos móveis. Moram na casa a Sara, seu pai, sua mãe e a sua irmã que tem paralisia cerebral e há 16 anos vive em uma cama - não fala, não faz muitos movimentos e se alimenta através de sonda. Ela pesa apenas 20 quilos e está muito debilitada. A mãe faz alguns

bicos e o pai não está trabalhando, pois está doente à espera de um transplante. A Sara trabalha em uma lanchonete, mas, como disse a mãe, o dinheiro é só pra ela. (Diário de campo publicado em Silva, 2008)

Em uma sociedade com uma intensa desigualdade social, como é a brasileira, são intensamente desiguais também os recursos que os jovens possuem para se sentirem reconhecidos. E a desigualdade não está só nos recursos materiais, mas em outras dimensões da experiência, como a disponibilidade de tempo para o ócio criativo, a presença de cuidados familiares, de informações sobre o mundo, de uma formação sólida, de afetividade e de reconhecimento. De acordo com François Dubet (2001), diante dos contrastes socioeconômicos presentes nas grandes cidades, as desigualdades são responsáveis por grande parte das condutas dos indivíduos (DUBET, 2001).

Bauman (1998) fala sobre o novo papel atribuído às “classes baixas” nesse contexto, em especial pelo que se tem observado nas últimas décadas na sociedade estadunidense e que pode se tornar modelo, caso resulte em maior lucro: “[...] ela não é mais o exército de reserva da mão-de-obra”, mas verdadeiramente a ‘população redundante’. Para que serve? Para o fornecimento de peças sobressalentes para consertar outros corpos humanos?” (BAUMAN, 1998, p. 59).

Cada vez mais, ser pobre é encardo como um crime; empobrecer, como o produto de predisposições ou intenções criminosas – abuso de álcool, jogos de azar, drogas, vadiagem e vagabundagem. Os pobres, longe de fazer jus a cuidado e assistência, merecem o ódio e a condenação – como a própria encarnação do pecado (BAUMAN, 1998, p. 59)

O aumento da criminalidade verificado nos últimos anos não seria, de acordo com a concepção de Bauman (1998), produto do mau funcionamento da sociedade, mas justamente o produto inevitável da sociedade de consumidores. O aumento da liberdade – ao menos aquela que se refere ao cumprimento das normas sociais – pode, de acordo com Bauman, “[...] ser traduzido como um decréscimo de segurança e vice-versa [...]” (BAUMAN, 2007, p. 52). Paralelamente, quanto mais avança a sociedade de consumidores – mostrando a eficácia dos meios de sedução – maiores são as desigualdades entre aqueles que somente desejam e aqueles que podem realizá-los.

Para fazer parte da sociedade do consumo, o sujeito joga com as cartas que possui, sejam elas lícitas ou ilícitas, se quiser continuar no jogo. Os jogadores que não possuem os recursos necessários para se manterem são excluídos, tanto porque não há interesse em mantê-los se eles não têm o que dar em troca, tanto porque aqueles que têm a possibilidade de se manter no jogo têm os excluídos como exemplo de como seria sair do jogo.

Em relação aos jovens excluídos do jogo, para alguns, a criminalidade, ainda que comporte perigos diversos, não os amedrontam tanto quanto o risco da invisibilidade – tão temida em um período chave de construção da sua personalidade. Como afirma Jeammet: Veja, indo bem, indo mal, de um jeito ou de outro, se protegem da angústia de abandono e de não serem vistos” (JEAMMET, 2005, s/n).

Todavia, ainda que a violência praticada pelos jovens das periferias das grandes cidades seja algo bastante explorado pela mídia, resultando em um imaginário de que seja algo generalizado entre essa população, a maioria dos jovens que fizeram parte da pesquisa, assim como a maioria dos jovens em geral, vive de acordo

com as regras. Ainda assim, o imaginário atinge a todos, pois, como parte dessa sociedade, esses jovens percebem de forma mais ou menos clara a sua própria imagem sendo desvalorizada.

Daí surge um impasse: se por um lado a imagem do jovem pobre é rebaixada por aqueles que recorrem à criminalidade para adquirir bens que os valorizam socialmente, por outro lado, a única estratégia oferecida pela sociedade do consumo para que os jovens pobres, que vivem dentro da legalidade, não sejam associados a essa imagem desvalorizada é justamente a construção de uma imagem pessoal a partir dos bens de consumo – negando assim, através da aparência, uma condição temida ou desprezada.

No final de 2005, Marcos tinha 17 anos e fazia parte do grupo de jovens junto com suas irmãs. Ele havia acabado de se iniciar em um emprego, quando teve a oportunidade de trabalhar numa atividade que lhe parecia mais rentável: a cobrança de dívidas feitas com agiotas locais, ameaçando os devedores. Para isso, teria disponível uma moto, receberia uma boa quantia em dinheiro por semana, além de ganhar roupas novas e viagens. Aceitou a proposta e abandonou o trabalho formal. Dizem os voluntários da casa que tomaram conhecimento do perigo que o garoto corria e tentaram persuadi-lo a desistir do trabalho para os agiotas. Mas Marcos não mudou de idéia e, um dia, quando estava na garupa da moto de um rapaz que estava fazendo cobrança com ele, Marcos foi atingido por tiros disparados por seus “colegas de trabalho” e não sobreviveu.

*Relato de voluntários do Grupo de Assistência Social Bom Caminho em novembro de 2005*

Essa nota no diário de campo foi realizada no início do trabalho de pesquisa, quando ainda estava me aproximando do grupo. Na convivência com os jovens – sempre amigável e respeitosa – eu tendia a vê-los como adolescentes “normais”, preocupados e investidos em problemas comuns da idade, como os namoros, as “baladas”, os amigos etc.. Com o passar do tempo, essa visão não chegou a mudar, eles não mudaram de comportamento, mas as entrevistas e os relatos fora delas foram mostrando que, apesar da aparente “normalidade”, o cotidiano desses jovens estava repleto de situações de violência.

Na festa de Natal de 2006, quando encerrava o trabalho dos voluntários, o dirigente da instituição nos contou que João, um garoto de 15 anos do grupo de jovens, não compareceu à festa, pois havia sido levado para o Conselho Tutelar depois de sofrer agressões e ser “jurado de morte”. No começo de 2007, João estava de volta para a sua casa e ao grupo de jovens e me contou o que ocorreu: um de seus amigos, da mesma idade que ele, havia sido acusado por moradores locais de ter tentado roubar uma casa da comunidade. O rapaz estava sendo procurado e num momento que João estava junto foram violentamente agredidos por alguns homens pelo crime que acreditavam que o rapaz havia cometido. João apanhou muito disse que teve medo de morrer. O outro rapaz foi gravemente ferido, seus braços foram quebrados e sofreu inúmeras lesões que o deixaram desfigurado. (Diário de campo, publicada em Silva, 2008).

Quando tentamos entender as novas construções de subjetividades, precisamos estar atentos a esse aspecto, pois não podemos considerar que um jovem com experiências tão próximas à morte possa se formar do mesmo modo que aquele jovem que vive menos exposto à violência. São diferentes modos de vida que podem refletir tanto nos seus relacionamentos como nas suas perspectivas de futuro.

O cotidiano dos sujeitos de pesquisa, era também povoado de violências que se configuravam em discriminação e agressões. Situações que vão informando aos jovens nessa condição qual é o seu lugar social:

Estávamos eu e mais cinco jovens – dois meninos e três meninas – em um *shopping center*. Durante alguns minutos, deixamos os dois meninos, um de 15 e outro de 14 anos sozinhos olhando uma vitrine. Um deles disse assustado assim que voltamos: “ainda bem que você chegou, tia” e eu também assustada perguntei o porquê e eles me contaram que o segurança foi até eles e questionou o que estavam fazendo ali parados na frente da loja. O garoto disse que estava esperando as amigas e então o segurança se afastou, mas continuou os observando. Percebi o problema, porém eu disse que não era “nada demais” para não estragar o passeio, afinal era a primeira vez que dois dos cinco jovens iam ao cinema. Algum tempo depois, o mesmo segurança passou ao nosso lado e o garoto falou no meu ouvido ainda assustado: “É esse aí, tia, é esse aí que veio intimar a gente”. (Diário de campo, publicada em Silva, 2008)

### Inclusive por agentes públicos, responsáveis pela sua proteção:

O jovem Maurício de 17 anos e eu estávamos conversando sobre trabalho e ele disse que estava esperando ser chamado para servir o exército. Disse-me que gostaria muito de servir, pois teria vários benefícios, entre eles que: “[...] quando você sai à noite, anda com aquele negócio [aponta para o ombro, provavelmente referindo-se ao distintivo] aí os policiais não batem em você [...]”. Perguntei: mas por que eles iriam bater em você?” E ele respondeu: “ah, quando sai da balada, sabe? Quando os policiais batem” [...]. (Diário de campo, publicada em Silva, 2008).

### Considerações finais

Diante do que foi exposto, as preferências pelo consumo de bens que valorizam a aparência, no lugar daqueles que trariam um enriquecimento interior, pode ser visto não como uma falta de orientação desses jovens para sua inserção na sociedade, mas uma adequação à própria sociedade, que não lhes dá outra escapatória. Num contexto em que predominam as relações superficiais e a valorização da imagem, o investimento na aparência pode ser pensado como uma forma de inclusão social e não como puro consumismo. Como nos mostra García Canclini (1997, p. 21),

[...] quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos com que nos integramos e nos distinguimos na sociedade, com que combinamos o pragmático e o aprazível.

Na medida em que o discurso sobre a sociedade de consumo se amplia, ele vai se associando a concepções o senso comum e se afastando das experiências dos processos reais que lhe deram origem e que fortalecem mesmo diante de sua condenação pelo senso comum, afinal o consumismo aparece como algo moralmente condenável para grande parte dos jovens.

Em uma atividade na instituição, questionamos o que os meninos fariam para conquistar uma garota, caso ela preferisse garotos que tivessem moto ou carro. Um dos meninos disse que “pegaria uma moto emprestada” e todos riram. Os outros afirmaram que tentariam de outras formas como a conversa e que deveriam ser sempre “eles mesmos”, ou seja, assumirem a sua condição, terem sua própria atitude e seu próprio estilo na forma de se vestir, sem se preocupar em usar roupas “de marca”. (Diário de campo publicado em Silva, 2008)

Contudo, para contribuir no esclarecimento sobre a sociedade do consumo, é importante levar os jovens à reflexão, assinalando as contradições presentes na sociedade.

Como pretendemos mostrar nessa síntese da pesquisa de mestrado que se aproximou dos hábitos de compras dos jovens e na teoria sobre a sociedade de consumo, consumir nos padrões valorizados socialmente é um pressuposto para a inclusão social e há formas cada vez mais sofisticadas de impedir ações alternativas. Assim, se somos submetidos à um controle social de tamanha sofisticação, como se poderia simplesmente negá-la e esperar que os jovens aceitem a sua exclusão?

Ao repensar a pesquisa e as falas dos sujeitos que a constituíram, torna-se clara a necessidade de fazer parte, de ser reconhecido. Longe de uma *futilidade*, para o rapaz que quer chamar a atenção da garota ou para um outro que quer ir ao *shopping center* olhar a vitrine sem ser incomodado pelos seguranças, estar bem vestido é mais do que um simples capricho. Sentir-se desejado e respeitado pelos outros é parte das necessidades dos sujeitos nessa sociedade. Não são os feitos heroicos e não é a busca por uma obra eterna. Hoje o desejo e o respeito têm privilegiado a aparência e o poder de consumo.

A valorização de objetos portáteis que valorizam a aparência pessoal faz parte de todo um sistema de significação em que todos nós, pertencentes a esse mundo, somos parte. A aquisição de objetos está sob a lógica da *manipulação dos significantes sociais* (BAUDRILLARD, 2007). A expressão da identidade que o jovem escolheu para si depende, em grande parte, do modo com que se veste, do uso de acessórios ou das tecnologias que pode portar. Os objetos são manipulados como sinais de distinção e são essenciais para a inclusão ou exclusão dos sujeitos em determinados grupos, em especial em um contexto em que as relações são cada vez mais superficiais e efêmeras (LIPOVETSKY, 1989).

Por mais que haja um julgamento moral negativo em relação ao consumo que parte da sociedade em geral (COSTA, 2004) e, em particular, dos próprios jovens, o código do consumo é totalitário. Na discussão sobre o que se pode considerar consumismo, Baudrillard (2007) bem esclarece que o consumo dos objetos não se define por sua materialidade ou quantidade e sim pela manipulação sistemática de signos. Não importa se o sujeito adquire sistematicamente objetos que logo irá descartar ou se investe todo o seu recurso na compra de um único objeto. O consumo é um processo estrutural vivido socialmente, mas é sentido pelo indivíduo como resultado de suas escolhas. Sem que os jovens percebam, suas preferências estão intimamente ligadas ao sistema social.

Sem barreiras institucionalizadas para ascender socialmente, os jovens desejam também construir a sua identidade a partir do que é valorizado pela sociedade. Diante do reconhecimento da discriminação social que sofre, o consumo lhes parece como o modo mais lógico de participação na sociedade e a aparência como a forma mais direta de evidenciar esse consumo e de reduzir as desigualdades.

Os jovens pobres são objeto do olhar que discrimina, tendo sido normalmente encarados como problemas a serem solucionados por meio de políticas que os consideram como grupo de risco e não como sujeitos de direitos. Como temos visto em Dubet (2004, 2001) a propósito das condições dos jovens das classes populares, até mesmo a formação identitária é comprometida nessa situação de carências múltiplas:

Esse trabalho de construção de si, através da multiplicidade dos registros das desigualdades, é por sua vez bastante desigual, pois mobiliza recursos também distribuídos de maneira muito desigual. Aliás,

uma das características da expressão moderna das desigualdades é a de ter tirado dos pobres a capacidade de construir plenamente para si uma identidade. (DUBET, 2001, p. 14)

Tendo clareza que não basta uma espécie de conscientização para que tal situação se transforme, ainda restam possibilidades. Se uma das questões principais é o reconhecimento, a expansão dos espaços de expressão, tais como a arte, a participação política, o trabalho não alienado e a formação escolar poderiam dar alternativas a esses sujeitos de serem reconhecidos por algo além do que eles podem comprar, sobretudo num momento em que esses jovens são vistos como causadores em potencial da violência da sociedade e não como as principais vítimas das consequências da desigualdade e frustrações desse sistema.

A educação, por sua vez, deve ter um papel crítico em relação ao consumo, mas deve saber que a ideia de tornar os jovens conscientes, muitas vezes, se limita a uma consciência no plano intelectual apenas, sem transformar em nada o modo de vida e o pensamento desses jovens. Ao tratar o tema do consumo, é preciso estar também atento a não tratar como um problema individual algo que é coletivo. Uma ruptura com a engrenagem do controle social pelo consumo pode acontecer quando uma educação de qualidade ofereça bases para que os jovens, por si próprios, elaborem uma visão crítica do mundo e na medida em que cada educando, associado com outros, consiga remeter seus problemas individuais às suas origens sociais, conscientes que as soluções somente serão alcançadas com ações mais amplas. Não se trata de empreender uma publicidade contra a sociedade de consumo. Afinal, como afirma Dubet, “[...] nunca o confronto entre a afirmação da igualdade dos indivíduos e as múltiplas desigualdades que fracionam as situações e as relações sociais foi tão violento e tão ameaçador para o sujeito” (DUBET, 2001, p.14).

## Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Edições 70 Editora, 2007.

\_\_\_\_\_. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1983.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida líquida*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2007.

\_\_\_\_\_. *Modernidade líquida*. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

\_\_\_\_\_. *O mal-estar da pós-modernidade*. Trad. Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama; revisão técnica de Luís Carlos Friedman. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1998.

CANEVACCI, Massimo. *Culturas eXtremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles*. Tit.Trad. Culture eXtreme: mutazioni giovanili tra i corpi delle metropoli. Rio de Janeiro: DP & A, 2005.

CARROCHANO, Maria Carla; NAKANO, Marilena. “Jovens, mundo do trabalho e escola”. In: SPOSITO, M. *Juventude e escolarização (1980-1998)*. Brasília: MEC; INEP; Comped, 2002.

COSTA, Jurandir Freire. *O Vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Ed. Garamond, 2004.

DESEMPREGO AFETA MAIS OS JOVENS, DIZ ESTUDO DO IPEA. Economia. G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/06/desemprego-afeta-mais-os-jovens-diz-estudo-do-ipea.html>>. Acesso em 01 out. 2016.

DUBET, François. “O que é uma escola justa?”. Trad. Édi Gonçalves de Oliveira e Sérgio Cataldi. In: *Cadernos de Pesquisa*, v. 34, n. 123, set./dez. 2004, pp. 539-555

\_\_\_\_\_. “As desigualdades multiplicadas”. Trad. Maria do Carmo Duffles Teixeira. Revisão Técnica: Lea Pinheiro Paixão e Maria José Jacques G. de Almeida. In: *Revista Brasileira de Educação* n. 17. Ed. Mai/Jun/Jul/Ago, 2001. pp. 5-19.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Trad. Maurício Santana Dias, Javier Rapp. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

GRUPO DE ASSISTÊNCIA SOCIAL BOM CAMINHO. Disponível em <<http://www.bomcaminho.com.br>>. Acesso em: 2 out. 2016.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor; *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

JEAMMET, Philippe; CORCOS, Maurice. *Novas problemáticas da adolescência: evolução e manejo da dependência*. Organização da tradução brasileira Mônica do Amaral. 1a. Ed. São Paulo, SP: Casa do Psicólogo, 2005.

JEAMMET, Philippe. “Adolescência: espelho da sociedade”. In. *Revista IDE*. n. 41, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. *O crepúsculo do dever: a ética indolor dos novos tempos democráticos*. Lisboa: Dom Quixote, 1994.

\_\_\_\_\_. *Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MEZAN. Renato. “Psicanálise e cultura, psicanálise na cultura”. In. MEZAN. *Interfaces da Psicanálise*. São Paulo, Companhia das Letras, 2002. p.317-372.

PEGORARO, Juan S. “Notas sobre los jóvenes portadores de la violencia juvenil en el marco de las sociedades pos-industriales”. In: *Sociologias*, jul./dic. 2002, no.8, p.276-317.

PIMENTA, Melissa Mattos. Entrevista com Paul Willis. In: *Tempo soc.*, São Paulo, v. 17, n. 2, 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-20702005000200014&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702005000200014&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 29 Jan 2008.

SILVA, Paula Nascimento da. **Desafios da inclusão do jovem na sociedade de consumo**: as alternativas encontradas por jovens da periferia da zona oeste de São Paulo/SP. 2008. Dissertação (Mestrado em Educação) Orientada por Maria Cecília Cortez Christiano de Souza.- Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. doi:10.11606/D.48.2008.tde-26112008-101015. Acesso em: 2 out. 2016.

SOUZA, Maria Cecília Cortez Christiano de. “A insustentável leveza de estar em família. Contemporaneidade: alguns desafios”. *Pulsional*, 2004. n. pag. 1. (impresso)

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE). “A ocupação dos jovens nos mercados de trabalho metropolitanos”. In: Estudos e Pesquisas. Ano 3. n. 24. set. 2006. Disponível em: <[http://www.dieese.org.br/esp/estudos\\_mercado.xml](http://www.dieese.org.br/esp/estudos_mercado.xml)>. Acesso em: 29 jan. 2008.

WASELFISZ, Jacob. (Coord.) Juventude, violência e cidadania: os jovens de Brasília. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 1998.