

# 1.

## INTRODUÇÃO

“... É duro andar na moda, ainda que a moda  
Seja negar minha identidade,  
Trocá-la por mil, açambarcando  
Todas as marcas registradas,  
Todos os logotipos do mercado...”<sup>1</sup>

Carlos Drummond de Andrade

Embora tenha sido publicada em 1982 – no Caderno B do Jornal do Brasil – a poesia de Drummond permanece atual. O poeta, em sua genialidade, capta como poucos a coisificação do homem na sociedade de consumo. Tive acesso à provocação de Drummond somente cinco anos mais tarde e, naquele momento, a acidez de suas palavras ficou gravada. Mas ainda eram tempos da adolescência e foram necessários quinze anos para que aquela mesma provocação, articulada a uma experiência profissional tivesse como resultante a intenção de mergulhar um pouco mais nessa relação cheia de ambigüidades entre o adolescente e o consumo.

Durante o ano de 2002 e início de 2003, tive a oportunidade de trabalhar com crianças e adolescentes vinculados a um projeto sócio-educativo de uma entidade filantrópica – a APROSES (Assistência e Promoção Social Exército de Salvação). A instituição, que atua na comunidade Nova Divinéia – no bairro do Grajaú – desde 1991, estrutura sua modalidade de intervenção social a partir de um programa de reforço escolar, além de outras ações educativas.

Em função das profundas dificuldades vividas pela comunidade, que variam desde a precariedade das habitações até as incursões policiais – justificadas pela intervenção sobre o tráfico de drogas – diversas expectativas e medos marcam o cotidiano das famílias. A luta pela sobrevivência, pelo reconhecimento e exercício de direitos e o convívio dos adolescentes com expressões da marginalidade social – retratada em estórias de parentes, amigos, colegas e vizinhos – são alguns dos componentes daquela realidade.

Chamou a atenção, ainda, no contato estabelecido com alguns adolescentes moradores da comunidade, sua linguagem e perspectiva através da qual encaram a

---

<sup>1</sup>ANDRADE, C. D. Eu, Etiqueta. Jornal do Brasil, 15 de janeiro de 1982, Caderno B, p.7.

realidade. A escola é apreendida muitas vezes como um lugar pouco ou nada atraente. O paradoxo sonhos / realidade produz resultados confusos: um adolescente que aspira ser artista, que procura se destacar entre os demais pode também protagonizar atos infracionais.

O anseio de se tornar estrela de TV ou jogador de futebol pode esbarrar em obstáculos como a gravidez, o ingresso precoce e precário no mercado de trabalho, a aproximação com o tráfico, a morte de um membro da família em condições violentas, o abandono da escola, entre outros. Para completar esse mosaico, se inscrevem, ainda, nesse universo, os que perseguem o ingresso em cursos técnicos ou de nível superior como forma de buscar alternativas ao contexto sócio-cultural em que estão inseridos.

Entre os adolescentes, seja da comunidade seja dos prédios e casas vizinhos, a questão do consumo se apresenta no cotidiano como um elemento fundamental. Roupas e tênis de marca, aparelhos de telefone celular, e outros produtos vão se somando no imaginário de uma juventude que parece, em momentos, submergir num mar de escolhas – que vão além dos produtos, se inscrevendo na construção de símbolos - às quais nem sempre têm acesso, ou saída. Apesar da desigualdade sócio-econômica entre o “asfalto” e a favela, os apelos publicitários, parecem atingir os meninos e meninas com a mesma intensidade, gerando uma expectativa de consumo muito próxima entre os grupos.

Não é cena incomum observar no interior do shopping center, localizado na proximidade, o desfile de adolescentes em seus uniformes escolares, tanto de estabelecimentos de ensino públicos, quanto privados. Esse tipo de espaço público parece exercer um fascínio no que diz respeito à ocupação das horas livres dos adolescentes, seja na condição de consumidores (de lanches, roupas, sapatos, cinema, etc.) ou não.

A possibilidade de concretização do consumo, nos marcos da propaganda – necessidades instantâneas e nunca satisfeitas, na visão de BAUMAN (1999) – parece vincular-se à aquisição de um passaporte para a circulação num mundo de relações mercantilizadas. A conquista do status de consumidor, dessa forma, apresenta em sua operação elementos e resultados que se aproximam e se distanciam entre os adolescentes da comunidade e do asfalto. Nesse sentido, são os significados assumidos pelo consumo para os adolescentes, bem como a

maneira como tais significados se articulam com a imagem que têm de si, que compõem a preocupação da pesquisa.

A construção de uma relação de disciplinamento dos adolescentes mediante o consumo, ou seja, de um processo de “fabricação de corpos dóceis” para sua realização, numa perspectiva fundamentada na análise de FOUCAULT (1984) quanto ao estabelecimento de mecanismos de controle utilizados no exercício do poder, constitui a hipótese sustentada na pesquisa, que se articula ao desenvolvimento de uma antidisdisciplina, nos termos de CERTEAU (1994), por parte dos adolescentes a qual atribui ao consumo – como elemento de mediação desse processo de construção de imagem – significados diversos.

Um passaporte ou uma tática de distinção e conquista de singularidade em relação ao mundo adulto, um meio de acesso a elementos que trazem bem-estar, uma tática de pertencimento a um grupo social (um ter lugar), ou, finalmente, uma tática de filiação a uma imagem assimilável pela sociedade (o confundir-se com a paisagem), estes seriam significados assumidos pelo consumo, os quais são apresentados na dissertação a partir da realização de uma pesquisa qualitativa com estudantes de duas instituições de ensino: a Escola Municipal Presidente João Goulart e o Colégio Pedro II – unidades Tijuca e Engenho Novo.

Além de apresentar os elementos empíricos construídos durante a entrada no campo, a dissertação traz, ainda, nos capítulos iniciais a análise de elementos que se mostraram importantes durante o processo de construção do objeto.

O primeiro capítulo trata da relação entre o consumo, a indústria cultural e o adolescente. Nesse momento, uma análise crítica a respeito de um produto da indústria cultural – um episódio da série televisiva *Cidade dos Homens* – é apresentada como meio de trazer à tona aspectos concernentes a essa relação. No segundo capítulo, a discussão se desenvolve em torno dos conceitos de identidade e representações sociais – tendo como foco a fase da adolescência - os quais terminaram por constituir em aspectos relevantes durante todo o processo de pesquisa.

O capítulo três aborda os elementos do campo empírico analisados, precedidos de um quadro do marco teórico que orientou a investigação. Algumas questões que fizeram parte do caminho da pesquisa são abordadas nas conclusões, cuja intencionalidade consiste na possibilidade de abrir mais alguns elementos afeitos ao tema pesquisado.