

Ditos de jovens em uma pesquisa-intervenção: a relação entre o consumo e o (a)parecer bem

Guilherme Machado Paim¹; Inês Hennigen²

Introdução

Atualmente vivemos em uma sociedade onde o consumo passou a ter relevância fundamental em nossas vidas, interferindo diretamente em nossos modos de ser. Na esteira desse fato, nossas práticas de consumo marcam modos de agir, estilos e atitudes, produzidos socialmente e apresentados como forma de inserção e pertencimento social, operando na construção de subjetividades. Tal fato demanda a necessidade de compreensão e problematização das atuais práticas de consumir, visando entender a complexidade das vivências daqueles que consomem.

Este trabalho tem como foco a discussão a respeito dos processos de produção subjetiva dos jovens na atual cultura do consumo. Dentre as discussões trabalhadas, destacamos a tensão apontada por Bauman (2008) acerca dos processos e relação que faz com que os indivíduos assumam uma disposição ao mercado de consumo, produzindo assim a posição de um sujeito-mercadoria.

Metodologia

Nossa intervenção consistiu na realização de rodas de conversa com jovens de 14 a 17 anos, alunas e alunos do primeiro ano do ensino médio de duas escolas públicas de Porto Alegre. A realização do trabalho se deu a partir de rodas de conversa, tendo como base o horizonte teórico-metodológico da pesquisa-intervenção (Aguiar & Rocha, 2007). Ao todo, 35 jovens participaram da pesquisa em três grupos distintos. Na primeira escola trabalhou-se com um grupo de nove estudantes. Outros dois grupos foram constituídos na segunda escola, contando com 15 e 11 estudantes respectivamente.

Realizaram-se quatro encontros e as atividades se deram a partir de discussões quanto ao fenômeno do consumo e como era por eles entendido, análise e intervenção em peças publicitárias, leitura de uma história em quadrinhos acerca do crédito e do endividamento e a produção de materiais concernentes a temática de movimentos críticos ao consumo.

Resultados e Discussões

O processo analítico se baseou na análise do discurso a partir da perspectiva foucaultiana em diálogo com outras teorizações. Central nesse movimento é o entendimento das práticas discursivas permeadas por relações de saber e poder, produzindo efeitos nas práticas sociais. Entendendo com Foucault (2008) que um discurso é constituído por enunciados que possuem determinadas condições de existência, em um primeiro momento olhamos para as falas dos jovens, buscando os enunciados que ali se atravessavam e lançando interrogações quanto aos modos de subjetivação ali engendrados.

Dentre os muitos tópicos relevantes no processo, analisamos com maior destaque o enunciado “consumir para (a)parecer bem”, que emergiu na discussão quanto ao que levava as pessoas a consumir e porque algumas adotavam uma postura de ganância e consumo exagerado. Em diversos momentos esse enunciado se mostrou articulado a relações desses jovens e de seus pares, marcando posições de diferenciação a partir dos padrões de consumo. Entre os diferentes termos que os jovens utilizam, tais como a vaidade e a ostentação, se destaca uma característica principal que os coloca em conexão: a busca da demonstração daquilo que possuem de modo articulado a preocupação com o olhar do outro naquilo que se porta, estando nesse horizonte a discussão da relação desse enunciado e a posição de um sujeito-mercadoria. Compreendendo tais posições através de redes discursivas que concebem modos de viver, intentamos analisar por onde passa sua construção e que efeitos são produzidos nos sujeitos a partir delas.

Considerações Finais

A pesquisa que realizamos concretizou-se numa experiência ímpar de construção de discussões e reflexões com os jovens, especialmente através de ricas discussões estabelecidas, das quais propomos apresentar aqui um recorte. Nesse sentido, acreditamos que nossa atividade cumpriu seu objetivo no que diz respeito a um processo de trabalho pautado na pesquisa-intervenção, objetivando uma reflexão dos jovens quanto a realidade sócio-política que os cerca na esfera do consumo.

¹ Graduando do curso de Psicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista de Iniciação Científica PIBIC/CNPq.

² Doutora em Psicologia e Professora do Departamento de Psicologia Social e Institucional do Instituto de Psicologia da UFRGS.

Referências

- Bauman, Z. (2008). *Vidas para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
Foucault, M. (2008). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
Aguiar, K. F., & Rocha, M. L. (2007). Micropolítica e o exercício da pesquisa-intervenção: referenciais e dispositivos em análise. *Psicologia, Ciência e Profissão*, 27(4), 648-663.