

UNISAL

A trama do Capital e sua influência sobre a produção de subjetividades dos jovens

Gabriel Sarmiento Eid – Discente do programa de Mestrado em Educação da UNISAL/Campus Maria Auxiliadora

Orientadora: Prof^a Dr^a Norma Silvia Trindade de Lima

RESUMO

O consumismo, e o endividamento crônico resultante dele, são um dos maiores males do século XXI, vários estudos apontam para os efeitos devastadores desses dois males sobre as pessoas, famílias, empresas, sociedades e governos. No Brasil tanto o consumismo quanto o endividamento crônico, em especial os jovens, vem crescendo vertiginosamente nas últimas décadas, fato que ocorre por conta de inúmeros fatores, podendo ser citados: o forte apelo comercial, a ausência de educação financeira básica, o crédito facilitado, entre outros. Tendo isso em vista, e baseando-se nas teorias sobre Subjetividade, Sujeito, Modos de Subjetivação, Educação, Cultura e Sociedade de Consumo de autores como Baudrillard, Bauman, Deleuze, Foucault, Guatarri, Rolnik, Silva, Veiga-neto, entre outros, este estudo pretende debater se o crescimento do consumismo e do endividamento crônico entre os jovens é decorrência da atual configuração da nossa sociedade capitalista contemporânea. Partindo do pressuposto, e que foi evidenciado pelos autores citados, de que existe uma combinação muito bem elaborada e executada de mecanismos de subjetivação que buscam influenciar os padrões sociais e culturais para afetar a construção da subjetividade dos sujeitos, indaga-se se o papel do consumo na sociedade também está sendo influenciado por esses mecanismos. Para promover esse debate este estudo se valeu de uma pesquisa qualitativa que utilizou a Roda de Conversa como instrumento para coleta de dados verbais e não verbais. Com esses dados pretende-se analisar se a fabricação de subjetividades empenhada pela sociedade de consumo está afetando a subjetividade desses jovens e diante disso, debater o papel da educação permanente.

Palavras-chave: Educação Sócio comunitária; Educação Financeira; Consumo; Subjetividade; Sujeito.

1. Introdução

Na atual configuração do capitalismo contemporâneo os conceitos de Ter e Ser estão intimamente ligados ao Consumir, resultado de uma trama muito bem arquitetada de diversos mecanismos de subjetivação que alteraram a função do consumo, transformando-o em um ato social e cultural repleto de significações e mensagens. Presente em todas as esferas da vida cotidiana, o consumo se tornou algo tão natural que atualmente é inconcebível imaginar nossas vidas sem ele.

O consumismo, e o endividamento crônico resultante dele, são um dos maiores males do século XXI, vários estudos apontam para os efeitos devastadores desses dois males sobre as pessoas, famílias, empresas, sociedades e governos. No Brasil tanto o consumismo quanto o endividamento crônico, em especial os jovens, vem crescendo vertiginosamente nas últimas décadas, fato que ocorre por conta de inúmeros fatores, podendo ser citados: o forte apelo comercial, a ausência de educação financeira básica, o crédito facilitado, entre outros.

Consumir no capitalismo representa liberdade, poder e status. Quando vamos às compras buscamos mais do que simples produtos, estamos atrás de satisfazer nossos desejos, porém, até que ponto podemos dizer que esses desejos são nossos? Os produtos e serviços que consumimos estão repletos de significações, a todo o momento somos bombardeados por subjetividades fabricadas, homogêneas e alienantes, que buscam nos afetar para criar desejos que só poderão ser satisfeitos mediante o consumo imediato, o que pode levar muitos ao endividamento injustificado e crônico. Além disso, temos no Brasil uma dificuldade em falar sobre essa e outras temáticas que se entrelaçam ao Consumo, como: Dinheiro, Trabalho, Felicidade e Sucesso.

Tendo isso em vista e também o fato de que vivemos em algo que Baudrillard (1994) vai definir como Sociedade de Consumo na qual o sistema capitalista ao se valer desses mecanismos para imprimir as suas subjetividades alterou o papel do consumo na sociedade e, conseqüentemente, na economia, um questionamento se torna inevitável: em que medida a produção de

subjetividades desses jovens está sendo instigada por esses mecanismos de fabricação de subjetividades da sociedade de consumo e qual o papel da educação nesse cenário?

Durante minha carreira como educador financeiro para jovens e adultos, vivenciei diversas situações de endividamento crônico que foram ocasionadas pela falta de conhecimento dos alunos sobre a temática das finanças pessoais. Porém, apenas a falta de conhecimento técnico financeiro não era suficiente para explicar o grau de endividamento que esses haviam contraído, uma vez que existiam diversos casos de pessoas endividadas que tinham conhecimento de finanças.

Na grande maioria das vezes pude observar que as raízes desse endividamento eram mais ligadas ao consumismo do que a qualquer outro fator. Além disso, segundo a SERASA (2013) mesmo após serem orientados financeiramente, ou passarem por audiências de mediação para sanar as pendências financeiras, quase metade dos endividados voltam a se endividar em menos de um ano, o que reforça a ideia de que o problema com o endividamento crônico está relacionado ao consumismo.

O grande problema disso tudo está nos principais males ocasionados por esse endividamento crônico tais como o estresse, depressão, redução na qualidade de vida e dificuldade de inserção no mercado de trabalho.

Frente ao exposto, esse estudo tem por objetivo analisar o papel da educação permanente frente à produção de subjetividades dos jovens instigada pela sociedade de consumo. Para isso, pretende-se conceituar o que é Sociedade de Consumo, o que é Subjetividade, Produção de Subjetividade e Modos de Subjetivação. Além disso, será discutido o papel da educação permanente frente à sociedade de consumo, tendo como recorte a produção de subjetividades dos jovens.

2. Aporte teórico

O aporte teórico deste estudo discute a concepção de produção de subjetividades e de construção das subjetividades dos sujeitos a partir dos estudos de Guatarri e Foucault. Além disso, é abordada também a concepção de Sociedade de consumo de Baudrillard, tendo como recorte a atual configuração de sociedade e a sua relação com o consumismo. Por fim, esse estudo debate o conceito de Juventude e o papel da Educação diante desses temas – a produção de subjetividades dos jovens instigada pela sociedade de consumo.

Segundo Guatarri (1996), a subjetividade não é passível de totalização ou de centralização no indivíduo. O autor entende que a **subjetividade** não é algo que alguém possa possuir, mas que ela é fruto de uma constante e incessante produção que ocorre a partir das experiências que vivemos em contato com a sociedade, a natureza, enfim, tudo aquilo que produz efeitos nos corpos e nas maneiras de viver.

Foucault (1987) ao questionar a concepção filosófica moderna do sujeito constituinte – advinda da tradição filosófica grega de que os seres humanos possuem uma natureza própria e que ao longo de suas vidas devem buscar alcançar um modelo de perfeição – a substituí pela compreensão de que o sujeito é na verdade constituído historicamente pelas diversas instituições sociais, entre elas a escola, a fábrica e o quartel.

Dessa forma, segundo os autores, o ser humano é fabricado, moldado, definido pelas várias subjetividades que lhe são expostas, logo, todo ambiente em que ocorrer tal exposição poderá ter algum impacto sobre a construção da subjetividade desse sujeito.

E é diante desse fato que o sistema capitalista atua, ao se valer de seus vários mecanismos de subjetivação, ele busca alterar a subjetividade dos sujeitos, moldá-los, e assim, moldar a cultura e a sociedade rumo à um modelo adequado para a sua perpetuação.

Segundo Baudrillard (1995), na atual configuração do capitalismo contemporâneo os conceitos de Ter e Ser estão intimamente ligados ao consumo, nos dias de hoje o consumo é uma atividade social e cultural, resultado de um sistema muito bem arquitetado em que diversos mecanismos de subjetivação alteraram a função do consumo, transformando-o de uma simples atividade econômica necessária para satisfazer os desejos básicos do ser humano em algo muito mais profundo e complexo.

Presente em todas as esferas da vida cotidiana, o consumo se tornou algo tão natural na nossa rotina que atualmente é inconcebível imaginar nossas vidas sem poder consumir (Barbosa, 2006). Além disso, a própria complexidade de nossa sociedade não nos permite mais viver sem consumir, pois não teríamos como conseguir alimentos, roupas, luz, sequer água. Porém, esses detalhes por si só não bastam para explicar a atual configuração da sociedade que se funda no consumo.

O fato é que o consumo não reside apenas na aquisição de alimentos para saciar a fome ou roupas para cobrir o corpo, o ato de consumir é mais do que isso, ele possui traços culturais, sociais e subjetividades que o tornam algo fundamental no funcionamento da sociedade.

Quando vamos às compras estamos exercendo o maior direito que o cidadão do capitalismo possui, a liberdade e a possibilidade de poder comprar qualquer produto – caso você tenha os meios necessários para tanto – é o sinônimo de liberdade no capitalismo, pois permite que indivíduos das mais diversas classes e culturas se igualem perante aquilo que possuem – é nesse ponto em que o Ter e o Ser se encontram. Logo, consumir no capitalismo é liberdade, é poder, é lazer, é vital. Mais do que produtos, consumimos imagens, desejos, referências.

E é em meio a todas essas pressões e produções de subjetividades em que se encontram os sujeitos dessa pesquisa, os jovens que segundo Quiroga (apud. Souza, 2012) caracterizam-se por estarem em meio à uma complexa condição social, ora sendo influenciados ora influenciando. Segundo a UNESCO (apud Souza, 2012) a juventude é um período não fundamentalmente demarcado pela idade, mas que leva em conta outros fatores como: intensas transformações

biológicas, psicológicas, sociais e culturais, que variam de acordo com as diferentes classes sociais, culturas, épocas, etnias, gênero, dentre outros determinantes.

3. Metodologia

Por se tratar de uma pesquisa que visa conhecer, descrever e interpretar as vivências de um grupo de jovens tendo como recorte as produções de subjetividades, este estudo apresenta características de uma pesquisa qualitativa (Chizzotti, 1995). O método adotado para a coleta de dados é a Roda de Conversa, a fim de identificar e reunir linguagens verbais e não-verbais espontâneas ao mesmo tempo em que permite aos participantes um momento de reflexão sobre os temas em pauta.

A pesquisa está sendo realizada em uma escola de ensino técnico profissionalizante do interior de São Paulo, com 40 alunos e alunas, de faixa etária entre 16 e 19 anos, separados em 4 grupos de 10 participantes. Está sendo previsto realizar entre 3 e 4 Rodas de conversa com cada um dos 4 grupos, totalizando de 12 a 16 encontros. Levando em consideração as disponibilidades dos participantes, esses encontros serão realizados semanalmente ou mensalmente, nos períodos da tarde e da noite, entre os meses de abril e dezembro de 2015. Cada encontro tem duração de aproximadamente 1 hora e apenas um tema é discutido por encontro. Os grupos foram divididos em A, B, C e D.

4. Resultados Parciais

Até o momento foram realizadas 8 rodas de conversas, 2 com cada um dos 4 grupos de sujeitos. Nesses encontros foram colocados em pauta as seguintes temáticas: Grupo A, Sucesso e Felicidade; Grupo B, C e D: Sucesso e Dinheiro. Além disso, foi solicitado aos participantes levar em consideração dois pontos de vista para os temas em pauta: para eles e para a sociedade. Logo de início esse pedido gerou uma reação interessante em todos os 4 grupos, houve uma manifestação por parte dos participantes: eles indagaram se o ponto de vista de seus familiares se encaixava na discussão e, por conta disso, as regras

para as rodas de conversa foram alteradas e o ponto de vista de seus familiares também foi inserido na pauta.

Outra fato relevante que ocorreu nas primeiras rodas de conversa de cada um dos grupos foi o silêncio de alguns minutos que se precedeu até que os participantes começassem a expor as suas ideias. Após esse silêncio as conversas começaram e, em todos os grupos, havia dois ou três participantes que expunham suas opiniões com maior frequência.

Além disso, foi interessante notar como as reações dos participantes variavam muito de acordo com o tema e as opiniões expostas dos outros envolvidos, demonstrando, certas vezes, que não havia muito consenso sobre certos temas.

Serão realizadas até o final deste projeto, rodas com temas: relação entre Trabalhar e Estudar; Consumo e o Consumismo.

5. Referências Bibliográficas

- BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. *Á sombra das maiorias silenciosas: o fim do socialismo e o surgimento das massas*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- CHIZZOTTI, Antonio. *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. São Paulo: Cortez Ed., 1995.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1987
- GUATTARI, F. **As três ecologias**. Campinas: Papirus, 2001.
- GUATTARI, F; ROLNIK, S. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis, Vozes, 1986.
- GUERRA, Renata de Souza. **Dimensões do consumo na vida social**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- QUIROGA, A. M. (2005). Prefácio. In R. Alvim, T. Queiroz & E. F. Júnior. (Orgs.), **Jovens & juventudes** (pp. 15-20). João Pessoa: Editora Universitária – PPGS/UFPB.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. **O adeus às metanarrativas educacionais**. In: _____.(org.).*O sujeito da educação: estudos foucaultianos*. Petrópolis: Vozes, p.247-258, 1994.
- UNESCO (2004). **Políticas públicas de/para/com juventudes**. Brasília: UNESCO.
- VEIGA-NETO, Alfredo. **Cultura, culturas e educação**. Revista Brasileira de Educação, nº23, mai-ago 2003, p.5-15.