

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR LITORAL

TAIANE SOUSA AZEVEDO

PROCESSO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA E EXPECTATIVAS DE CONSUMO:  
UM OLHAR SOBRE O ADOLESCENTE DO CREAS DE MATINHOS PR.

MATINHOS  
2015

TAIANE SOUSA AZEVEDO

PROCESSO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA E EXPECTATIVAS DE CONSUMO:  
UM OLHAR SOBRE O ADOLESCENTE DO CREAS DE MATINHOS PR.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Serviço Social no curso de graduação em Serviço Social da Universidade Federal do Paraná Setor Litoral

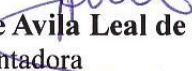
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Giselle Ávila Leal de Meirelles

MATINHOS  
2015


## PARECER DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Os membros da Banca Examinadora designada pela Orientadora Professora **Giselle Avila Leal de Meirelles** realizaram em 19/06/2015 a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da estudante **Taiane Souza Azevedo**, sob o título **PROCESSO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA E EXPECTATIVAS DE CONSUMO: UM OLHAR SOBRE O ADOLESCENTE DO CREAS DE MATINHOS-PR**, para obtenção do Título de **Bacharel em Serviço Social** pela Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, tendo a estudante recebido conceito “APL”.

Matinhos, 19 de junho de 2015.

  
Prof.<sup>a</sup>. **Giselle Avila Leal de Meirelles**  
Orientadora

  
Prof.<sup>a</sup> **Adriana Lucinda de Oliveira**  
Docente da UFPR-Setor Litoral

  
Prof.<sup>a</sup> **Daniela Resende Archanjo**  
Docente da UFPR – Setor Litoral

  
**Taiane Souza Azevedo**  
Acadêmica de Serviço Social

Conceitos de aprovação  
APL = Aprendizagem Plena  
AS = Aprendizagem Suficiente

Conceitos de reprovação  
APS = Aprendizagem Parcialmente Suficiente  
AI = Aprendizagem Insuficiente

### OBSERVAÇÃO:

CASO O(A) ESTUDANTE SEJA ORIENTADO(A) A REFORMULAR SEU TRABALHO, DEVE-SE REGISTRAR NO VERSO OS REQUISITOS APONTADOS PELA BANCA PARA O ACEITE FINAL DO TRABALHO.

*À meus Pais pelo amor incondicional,  
e ao meu companheiro por tamanha ternura.*

*“Há uma força motriz mais poderosa que o vapor, a eletricidade e a energia atômica...”  
Albert Einstein*

*Vocês certamente são a minha.*

## AGRADECIMENTOS

A minha família, por sua capacidade de acreditar em mim. Seus cuidados e dedicação foi o que me deram, em alguns momentos, a esperança para seguir. Vocês são as maiores lindezas da minha vida.

A Alisson Roger, meu companheiro, pessoa com quem amo partilhar a vida. Obrigado pela ternura, pelo carinho, a paciência e por sua capacidade de me trazer paz na correria do cotidiano.

Ao Curso de Serviço Social da Universidade Federal do Paraná e às pessoas com quem convivi nesse espaço, ao longo desses anos. A experiência de uma produção compartilhada com amigos, professores, com o movimento estudantil, os almoços e jantas no R.U, as semanas acadêmicas, os debates, estágio, viagens... enfim, tudo isso, tornou-se a melhor experiência da minha formação, não só acadêmica, mais principalmente, enquanto pessoa, sujeito.

A Professora Giselle, minha orientadora, com quem partilhei o que era semente daquilo que veio a ser esse trabalho e que através da sua incrível sabedoria e paciência, fez dele fruto. Nossas conversas durante e para além das mediações foram fundamentais. Obrigado pelo convívio, pelo apoio, pela compreensão e pela amizade.

As Professoras, Adriana Lucinda e Daniela Archanjo, por seus ensinamentos, paciência e confiança ao longo da minha trajetória. É um prazer tê-las na banca examinadora.

A equipe do CREAS de Matinhos, que foram minha segunda família. Obrigado pela amizade sincera, pelo apoio, afeto e pela experiência de construção coletiva do conhecimento.

As crianças e adolescentes do CREAS de Matinhos, pelo quais sempre guardarei profundo afeto. Vocês me proporcionaram um aprendizado sem igual.

E a todos vocês, amigos, familiares, conhecidos. Seres que brilham, que transbordam vida e que de alguma maneira, me apoiam, me fazem ter fé na vida e acreditar que é possível novos caminhos, novas forma de sociabilidade. “Novos tempos mais humanos, mais justos, mais solidários.” (*Marilda Yamamoto*)

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso foi idealizado a partir da vivência como educadora social no Centro de Referência Especializado de Assistência Social-CREAS, da Prefeitura Municipal de Matinhos. A vivência, possibilitou conhecer e dialogar com os adolescentes das oficinas socioeducativas, buscando compreender os seus conflitos e problemáticas vividas no cotidiano, desta forma, este trabalho objetiva fazer uma análise das contradições existente nas expectativas de consumo desses adolescentes e suas reais possibilidades de inserção no mercado de consumo. Primeiramente, a pesquisa bibliográfica traz um breve resgate da Assistência Social no Brasil e sobre o CREAS de Matinhos- PR. Aborda também, o modo de produção capitalista a partir de referenciais marxistas, analisando as diversas fases inerentes ao processo de produção de mercadorias, inclusive o consumo. Posteriormente trazemos as análises e o resultado da pesquisa aplicada junto aos adolescentes do CREAS de Matinhos. Através de nossa pesquisa procuramos compreender o perfil desse adolescente e sinalizamos a importância de entender o processo de produção capitalista, para desvelar as relações sociais de desigualdade existentes.

Palavras-chave: Modo de produção capitalista. Consumo. Adolescente. CREAS.

## RESUMO

This course conclusion work was conceived from the experiences as a social educator in Assistance Specialized Reference Center Social- CREAS, the City of Matinhos. The experiences made possible meet and talk to the teenagers of socio-educational workshops, trying to understand their conflicts and problems experienced in everyday life in this way, this work aims to make an analysis of the existing contradictions in consumer expectations of these teenagers and their real possibilities of integration in the consumer market. First, the literature brings a brief a ransom of Social Welfare in Brazil and the CREAS of Matinhos- PR. Addresses also on the capitalist mode of production from Marxist reference, analyzing the various stages inherent in commodity production process, including consumption. Subsequently we bring the analyzes and the results of applied research with adolescents of CREAS of Matinhos. Through our research we seek to understand the profile of this teenager and signaled the importance of understanding the capitalist production process, to unveil the social relations of existing inequality.

Keywords: Capitalist production mode. Consumption. Teenager. CREAS.

## LISTA DE SIGLAS

CNAS - Conselho Nacional de Assistência Social  
CRAS - Centro de Referência de Assistência Social  
CREAS - Centro de Referência Especializado de Assistência Social  
ECA - Estatuto da Criança e do Adolescente  
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IDH - Índice de Desenvolvimento Humano  
IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social  
LOAS - Lei Orgânica de Assistência Social  
MDS - Ministério do Desenvolvimento Social  
NOB - RH - Norma Operacional Básica de Recursos Humanos-  
OMS - Organização Mundial da Saúde  
PAEFI - Serviço de Proteção e Atendimento Especializados a Família e Indivíduos  
PNAS - Política Nacional de Assistência Social  
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
SGD- Sistema de Garantia de Direitos  
SUAS - Sistema Único de Assistência Social

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 A POLÍTICA NACIONAL DA ASSISTÊNCIA SOCIAL E A CONQUISTA DO SISTEMA ÚNICO DE ASSISTÊNCIA SOCIAL.....</b>	<b>13</b>
2.1 O CREAM DO MUNICÍPIO DE MATINHOS.....	15
2.2 A ADOLESCÊNCIA.....	17
<b>3 O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA .....</b>	<b>22</b>
3.1 PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, CIRCULAÇÃO E CONSUMO .....	22
3.2 ACUMULAÇÃO DO CAPITAL.....	24
3.3 COMPRESSÃO DO ESPAÇO E DO TEMPO NA CONTEMPORANEIDADE..	27
<b>4 METODOLOGIA DE PESQUISA E ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>31</b>
4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	31
4.1.1 Natureza da pesquisa .....	31
4.1.2 Trajetória da pesquisa.....	32
4.2 ANÁLISE DOS DADOS .....	33
4.2.1 Perfil dos entrevistados/Dados pessoais.....	34
4.2.2 Contexto Estudantil.....	37
4.2.3 Trabalho.....	40
4.2.4 Contexto Social .....	47
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>59</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>62</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>64</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A questão do consumo tem sido tema muito abordado nos últimos tempos. É um tema que vem ganhando expressividade, sobretudo, pela crescente propulsão do consumo no modo de vida das pessoas, influenciado inclusive pela mídia e pela produção cultural. Pode-se observar que, na TV, no jornal, na revista, no *outdoor*, no show, nas ruas, todas as formas de mídia veiculam a mesma mensagem: *Compre*. Essas mensagens, recheadas de famílias felizes, vidas perfeitas, luxo e poder, vêm modificando e estimulando um crescente desejo de obter bens, sejam eles materiais ou simbólicos, numa corrida desenfreada para uma suposta felicidade.

O “Funk Ostentação”, uma atual releitura paulista do funk carioca, é mais uma expressão dessa produção e reprodução cultural do consumo. Este estilo musical tornou-se amplamente popular, com um grande público entre jovens e adolescentes. Ele fala de temas como luxo, dinheiro, carro, roupas de marca, entre outras. A ideia de consumo é tão intensa, que a aquisição desses bens influencia fortemente na construção e fortalecimento das identidades e imagens pessoais, homogeneizando-as como um simulacro<sup>1</sup>.

A vivência como Educadora Social no Centro de Referência de Assistência Social (CREAS) do Município de Matinhos, no Litoral do Paraná, possibilitou conhecer e dialogar com os adolescentes das oficinas socioeducativas, buscando compreender os seus conflitos e problemáticas vividas no cotidiano. O que se pode perceber é que a adolescência se refere a uma fase da vida onde mais incidem as verberações do consumo e na formação da imagem. É a fase de transição da infância para a vida adulta, um processo de muitas mudanças fisiológicas e comportamentais e, por serem pessoas em desenvolvimento, esses jovens acabam por permanecer ainda mais expostos às influências midiáticas da indústria de signos.

Neste contexto, alguns estudos pós-modernos apontam para existência de uma “sociedade de consumo”. Essas correntes pós-modernas colocam a

---

<sup>1</sup> Por ‘simulacro’ entendemos “um estado de réplica tão próxima da perfeição que a diferença entre o original e a cópia é quase impossível de ser percebida.” (HARVEY, 2010, p. 261)

centralidade da organização social no consumo, indicando que a tônica atual do capitalismo é a produção de signos e imagens e não as mercadorias em si.

Na contramão dessas teorias, o pensamento marxiano, através do estudo fundamental sobre o processo de produção capitalista, demonstra a indissociação entre a produção, a distribuição, a circulação e o consumo. Marx, no seu clássico *Contribuição à Crítica da Economia Política [1859]* esclarece que o processo produtivo apresenta fases distintas de um processo único, implicadas e determinantes entre elas (MARX, 2003).

As observações feitas a partir do Grupo Socioeducativo despertaram a curiosidade sobre quais seriam as expectativas de consumo desses adolescentes. Nasce então o objeto de estudo, definido durante as oficinas do grupo de adolescentes e construído a partir das percepções sobre o desejo de consumo desses jovens e as contradições frente à realidade sócio-econômica de suas famílias dentro da sociedade capitalista.

O presente trabalho pretende, por meio de um resgate histórico e conceitual e através da pesquisa social, analisar as desigualdades e contradições existentes nas expectativas de consumo dos adolescentes do CREAS de Matinhos, provocadas pelo processo produtivo capitalista. Procuramos demonstrar, mediante alguns referenciais marxistas, que a crescente investida do capitalismo na indústria da imagem e publicidade é apenas mais um mecanismo necessário ao capital para sua produção e reprodução. Sobre os objetivos elencados, trazemos explicações teóricas pautadas na perspectiva de David Harvey, quando explica o processo de intensa velocidade da rotação do capital na contemporaneidade, denominado por ele de *compressão do tempo e espaço* (HARVEY, 2010).

Partimos da hipótese que as expectativas de consumo dos adolescentes do CREAS de Matinhos- PR, não coincidem com a realidade sócio-econômica em que vivem, já que os mecanismos, muito bem explorados pela mídia, como a publicidade, a moda e todo um modo de vida, seduzem e criam desejos artificiais, manipulados pela ideia da concretização deles pelo consumo. Também acreditamos que os adolescentes do CREAS de Matinhos vêm no consumo à ideia de inclusão social e equidade, o que os distancia do entendimento real do processo produtivo capitalista.

Acreditamos que esta investigação possibilitará além da discussão sobre o assunto em nível acadêmico, uma discussão interna no CREAS de Matinhos sobre essas desigualdades e o papel da indústria cultural na propulsão do consumo, sobretudo, de como os adolescentes a percebem.

Ou seja, a pesquisa científica contribui não apenas para desmistificar a “sociedade de consumo” e sua representação social perante um determinado grupo de adolescentes, mas também, para nortear o planejamento, o desenvolvimento e a avaliação do processo socioeducativo podendo dar suporte teórico ao trabalho social desenvolvido no CREAS – Matinho

Para possibilitar um maior entendimento da temática a ser abordada, organizou-se o conteúdo deste estudo em três capítulos. No primeiro, realizamos um breve resgate sobre a trajetória da Assistência Social no Brasil a partir de uma concepção de direito. Contextualizou-se a conquista do SUAS e sua organização como sistema, além de apresentar a atuação do Centro de Referência de Assistência Social do município de Matinhos no PR. Abordamos ainda nesse capítulo, uma exposição sobre conceitos e concepções acerca da adolescência, onde o foco é a questão do adolescente na sociabilidade do consumo.

No segundo Capítulo deste trabalho, discorreremos sobre o modo de produção capitalista a partir de referenciais marxistas, analisando as diversas fases inerentes ao processo de produção de mercadorias. Avançamos também na abordagem das novas configurações assumidas por esta sociedade, na intensa velocidade da rotação do capital denominado por Harvey de *compressão do tempo e espaço*.

O terceiro capítulo tem como objetivo apresentar a metodologia utilizada para este estudo e analisar o resultado da pesquisa aplicada junto aos adolescentes do CREAS de Matinhos.

Por fim, apresentamos as considerações finais desse estudo.

## **2 A POLÍTICA NACIONAL DA ASSISTÊNCIA SOCIAL E A CONQUISTA DO SISTEMA ÚNICO DE ASSISTÊNCIA SOCIAL**

As primeiras diretrizes da assistência social no Brasil são expressas na Constituição de 1988, quando pela primeira vez a assistência é colocada como dever do Estado, junto com a saúde e a previdência, formando o tripé da Seguridade Social. Trata-se de um grande ato na história do país, onde é marcada a transição da perspectiva do assistencialismo para a consolidação da política de assistência social como direito de todo cidadão. Para Rosa , “isso significa que, do ponto de vista formal, a assistência social se converte em direito reclamável pelo cidadão, devendo ser encarada não mais como concessão de favores, mas sim como prestação devida de serviços” (ROSA, 2006, p. 9).

Porém, somente em 1993, com a Lei Orgânica de Assistência Social (LOAS), é que estes objetivos e ações são regulamentadas, quando no Capítulo II, nos artigos 4º e 5º da referida lei, definem-se os seguintes princípios e diretrizes para a política da assistência:

Art. 4º A assistência social rege-se pelos seguintes princípios:

I - supremacia do atendimento às necessidades sociais sobre as exigências de rentabilidade econômica;

II - universalização dos direitos sociais, a fim de tornar o destinatário da ação assistencial alcançável pelas demais políticas públicas;

III - respeito à dignidade do cidadão, à sua autonomia e ao seu direito a benefícios e serviços de qualidade, bem como à convivência familiar e comunitária, vedando-se qualquer comprovação vexatória de necessidade;

IV - igualdade de direitos no acesso ao atendimento, sem discriminação de qualquer natureza, garantindo-se equivalência às populações urbanas e rurais;

V - divulgação ampla dos benefícios, serviços, programas e projetos assistenciais, bem como dos recursos oferecidos pelo Poder Público e dos critérios para sua concessão. (BRASIL, LOAS, 1993).

Sobre as diretrizes, a organização da assistência social tem como base, em

seu Art. 5º : DESCENTRALIZAÇÃO POLÍTICO ADMINISTRATIVA - consolidada com a municipalização das ações de assistência, tornando o município gestor administrativo e financeiro do SUAS; PARTICIPAÇÃO POPULAR- ou seja, a democratização dos processos decisórios consolidada através da participação dos usuários dos serviços de assistência nos Conselhos Municipais de Assistência Social; RESPONSABILIZAÇÃO DO ESTADO - primazia da responsabilidade do Estado na condução da política de assistência social em cada esfera de governo.

Posteriormente, em 2004 o Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS) aprova a Política Nacional de Assistência Social (PNAS) que prevê a implantação do Sistema Único de Assistência Social (SUAS). Neste mesmo ano é criado o Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), responsável pela implantação e gestão do SUAS, consolidado em 2005. Portanto, é o SUAS que pode efetivamente dar concretude aos objetivos da LOAS, o que é analisado por Carvalho & Geber (2005) da seguinte forma:

desta feita, o SUAS é a possibilidade de materialização da Lei Orgânica de Assistência Social, da profissionalização da assistência social, da construção de um sistema que exige e tem como princípios a ética e a civilidade na perspectiva de eleger a justiça social e vinculá-la a consagração de direitos, rompendo com a cultura do 'mérito', do clientelismo do 'necessitado' (CARVALHO & GEBER, 2005, p.8).

O SUAS é um sistema público que tem como objetivo organizar todos os serviços e benefícios da rede socioassistencial do país. É um avanço importante para que pessoas consideradas em estado de "vulnerabilidade social" tenham seus direitos constitucionais de acesso à seguridade social assegurados.

Enquanto forma de gestão, consta na PNAS (2004) que,

o SUAS é coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome e tem gestão compartilhada, co-financiamento da política pelas três esferas de Governo e definição clara das competências técnico-políticas da União, Estados e Distrito Federal e Municípios, com a participação e mobilização da sociedade civil (BRASIL, PNAS 2004).

Nesta concepção, o SUAS está organizado em diferentes complexidades que se dividem em níveis de proteção, ou seja, a Proteção Social Básica e a Proteção Social Especial.

Na Proteção Social Básica são atendidos os casos de baixa complexidade. Nestes casos, os usuários são encaminhados ao Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), que trabalham na prevenção e proteção na área da assistência social. Já na Proteção Social Especial são atendidos os casos de média e alta complexidade, quando os usuários tiveram seus direitos violados e são encaminhados ao Centro de Referência Especializado de Assistência Social (CREAS).

## 2.1 O CREAS DO MUNICÍPIO DE MATINHOS

O Centro de Referência Especializado de Assistência Social (CREAS) do Município de Matinhos foi o local escolhido como campo de pesquisa, pela realização de trabalho profissional como educadora social na instituição. Como já visto, o CREAS é um equipamento sócio assistencial integrante do SUAS e atende indivíduos e famílias com seus direitos violados (violência física, psicológica, sexual, tráfico de pessoas, cumprimento de medidas sócio educativas em meio aberto etc.), devendo promover orientações e apoio especializado e continuado.

De acordo com o Ministério de Desenvolvimento Social (MDS), o CREAS tem o intuito de

buscar a construção de um espaço de acolhida e escuta qualificada, fortalecendo vínculos familiares e comunitários, priorizando a reconstrução de suas relações familiares. Dentro de seu contexto social, deve focar no fortalecimento dos recursos para a superação da situação apresentada (BRASIL, MDS).

É um órgão que atua ainda, diretamente ligado com o Sistema de Garantia de Direito (SGD), em uma gestão mais complexa e compartilhada com o Poder Judiciário, o Ministério Público e com outros órgãos e ações do Executivo.

No município de Matinhos, de acordo com o <sup>1</sup> cuja população é de 29.428 Habitantes, atualmente há um CREAS, localizado na região central do município, vinculado à Secretaria Municipal de Assistência Social, órgão este que compõe a estrutura burocrática da Prefeitura Municipal. Considerada uma cidade essencialmente urbana com uma taxa de urbanização de 99,49%, a cidade de Matinhos tem 116,544 km<sup>2</sup> de extensão territorial. (IPARDES, 2015).

Segundo o IPARDES, baseando-se nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Matinhos tem um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM <sup>2</sup> – de 0,743 considerado bom se comparado a outras localidades de pequeno porte. O Índice de Gini<sup>3</sup> é de 0,4922, ou seja, mediano, embora apresente uma renda per capita baixa, de R\$ 799,30 (IPARDES, 2015).

No aspecto administrativo, o SUAS é gerido a partir de uma Norma Operacional Básica de Recursos Humanos do SUAS, conhecida como NOB – RH/SUAS, de 2011. A referida Norma estabelece que, no âmbito do CREAS, os municípios em Gestão Básica<sup>4</sup> como Matinhos, devem oferecer nos serviços de média complexidade a seguinte equipe de referência (para capacidade de atendimento de 50 pessoas): 1 Coordenadora, 1 Assistente Social, 1 Psicóloga, 1 Advogado, 2 profissionais de nível superior ou médio (responsáveis pela abordagem aos usuários) e 1 auxiliar administrativo.

Atualmente o CREAS do Município de Matinhos, conta com uma Equipe de 8 pessoas: 1 Coordenadora, 1 Assistente Social, 2 Psicólogas, 2 Educadoras sociais, 1 Serviços Gerais e 1 motorista, porém atende aproximadamente 500 Indivíduos.

As crianças e adolescentes que são encaminhadas ao CREAS para o acompanhamento através do Serviço de Proteção e Atendimento Especializados a Família e Indivíduos (PAEFI), programa de maior relevância dentro do CREAS, participam, depois do acompanhamento familiar e individual feitos pela equipe técnica, de Grupos de Convivência como etapa final do processo. Nesses Grupos

---

<sup>2</sup> O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDH – varia de 0 (zero) a 1 (um) e apresenta as seguintes faixas de desenvolvimento humano municipal: 0,000 a 0,499 - muito baixo; 0,500 a 0,599 - baixo; 0,600 a 0,699 - médio; 0,700 a 0,799 - alto e 0,800 e mais - muito alto.

<sup>3</sup> “O Índice de Gini é uma medida do grau de concentração de uma distribuição, cujo valor varia de zero (a perfeita igualdade) até 1 (a desigualdade máxima)” (PNAD, 2011, p.34).

<sup>4</sup> Na gestão municipal, são possíveis três níveis de habilitação ao SUAS: inicial, básica e plena. A gestão inicial fica por conta dos municípios que atendam a requisitos mínimos, como a existência e funcionamento de conselho, fundo e planos municipais de assistência social, além da execução das ações da Proteção Social Básica com recursos próprios. No nível básico, o município assume, com autonomia, a gestão da proteção social básica. No nível pleno, ele passa à gestão total das ações socioassistenciais.

são realizadas atividades sócio educativas, que buscam reparar os danos sofridos pelas violências, mas principalmente, buscam promover o fortalecimento pessoal e de vínculos familiares, sociais e comunitários. Em síntese, trabalha-se conjuntamente temas do interesse dos adolescentes e temas transversais, na construção de uma consciência voltada ao exercício da cidadania, com o propósito de erradicar a reincidência de violação de direitos (BRASIL,2009.)

A vivência de educadora no CREAS de Matinhos permite conhecer e dialogar com crianças e adolescentes, buscando compreender os seus conflitos e problemáticas vividas no cotidiano. Dentre os dois segmentos sociais, entendemos que a adolescência é a fase na qual as verberações do consumo incidem com mais intensidade na vida e formação da imagem social. É esse adolescente, então, que representa os sujeitos deste estudo e, do qual falaremos no tópico a seguir.

## 2.2 A ADOLESCÊNCIA

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a adolescência compreende duas fases, segmentadas por faixas etárias distintas: dos 10 aos 16 anos e dos 16 aos 20 anos. Já com relação ao aparato jurídico Brasileiro, para o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), o adolescente é aquele sujeito entre 12 e 18 anos. Em geral as classificações são feitas a partir de elementos básicos que são evidenciados nessa fase da vida. De 10 a 14 as transformações corporais, de 14 a 17 o desenvolvimento da sexualidade e de 17 a 20 a profissionalização entre outros elementos de afirmação e afetividade (OUTEIRAL, 2008, p.4).

No entanto, embora a legislação e alguns especialistas tomem esses critérios para classificação da adolescência, é preciso salientar que a entendemos como um processo psicossocial que, como tal, é determinada pelos aspectos econômicos, culturais e sociais, ou seja, ligada à localização desse adolescente na estrutura social. Isto significa que “podemos encontrar jovens com mais de 20 anos ou crianças com 8 e 9 anos, com uma postura adolescente” (OUTEIRAL, 2008, p.5).

A adolescência é a fase de transição da infância para a vida adulta. É um processo de muitas mudanças, fisiológicas e comportamentais, uma preparação para a etapa de amadurecimento, de aumento de responsabilidades e desafios. O

adolescente é um sujeito em desenvolvimento, ainda em fase de construção da identidade e em busca da sua afirmação como pessoa no mundo. Segundo Sales (2007), na construção dessa imagem, “os adolescentes desejam visibilidade e não apenas uma visibilidade qualquer, mas uma visibilidade associada à beleza e ao poder” (SALES, 2007, p.29).

Existe também o fato de que a pertença ao grupo e ao coletivo é uma característica forte desse segmento. Para se afirmar, o adolescente necessita ser igual ao todo e ao mesmo tempo ter sua singularidade. Através de uma tentativa de socialização a esse “todo”, dentro da sociedade regulada pelos interesses do capital, o consumo de mercadorias e a criação de uma imagem positiva tornam-se imperativos para esse adolescente. Neste sentido, Harvey (2010) analisa que,

a aquisição de uma imagem (por meio da compra de um sistema de signos, como roupa de grife e o carro da moda) torna-se um elemento singularmente importante, na auto representação nos mercados de trabalho e, por extensão passa a ser parte integrante da busca individual, auto realização e significado da vida. (HARVEY, 2010, p.260)

Desta forma, mais do que qualquer outro grupo etário, o adolescente está intensamente a mercê das novas formas de produção e reprodução do Capital. De acordo com Costa (2007), para que a sociedade de mercado funcione, é necessário que as pessoas estejam dispostas a sempre consumir novos produtos. Por isso, é imprescindível a criação de mecanismos que sejam capazes de seduzir e criar desejos artificiais, como a publicidade e a moda. Nesse sentido, o consumo do adolescente é uma via muito bem explorada pela mídia através de todos os tipos de anúncios, veiculando a ideia de que devam ter determinadas necessidades. A propaganda volta-se cada vez mais para a manipulação dos desejos, e pela ideia da concretização deles pelo consumo. O ato de consumir passa a ser, então, uma condição de vida e de visibilidade, pois carrega consigo sensações e sentidos, como o poder e o conforto. Segundo a autora, “adquirir mercadorias por meio de compra já define quem é quem no universo social” (COSTA 2007, p.77).

Nesta mesma direção, Rolim (2006) afirma que,

os adolescentes existem na exata medida em que consomem, visto que só a posse de produtos e marcas 'jovens' lhes assegura visibilidade (ROLIM, 2006, p.182 *apud* SANTIAGO, 2014, p.8).

Já para Sales (2007) o fato de o adolescente da classe trabalhadora possuir determinado objeto, denotaria a superação da sua condição de pobreza, ou, pelo menos, lhe aparenta participar de certo padrão diante dos vários impedimentos que acompanham o seu cotidiano. Muitos deles estimam obter produtos de grife para mostrarem que fazem parte de um mesmo grupo, com uma capacidade de aquisição mais elevada comparando-se aos que não possuem condição socioeconômica para adquirir tais produtos. Todavia, algumas mercadorias serão objetos de desejo mais do que outras. A autora coloca que essas diferenças “se darão pela originalidade, novidade e status que esse objeto está envolto, como o celular, por exemplo, um grande objeto de desejo contemporâneo diretamente ligado ao advento da tecnologia virtual” (SALES, 2007, p.133).

Outro aspecto relevante sobre a preferência dos objetos é que eles se tornaram cada vez menos diversificados. Segundo Dreifuss (1997), o que ocorre é uma homogeneização/mundialização do consumo, ou seja, os mesmos produtos, as mesmas marcas, os mesmos modelos são consumidos por adolescentes aqui no Brasil, na Dinamarca ou no Japão. De acordo com ele, “A mundialização lida com mentalidades, hábitos e padrões; com estilos de comportamentos, usos e costumes e com modos de vida, criando denominadores comuns nas preferências do consumo das mais diversas índoles” (DREIFFUS, 1996, p.136.)

Sendo assim, podemos acreditar que o adolescente do CREAS de Matinhos, embora deseje alguns objetos mais do que outros, certamente, terá entre os seus produtos favoritos os mesmo produtos de vários outros adolescentes ao redor do mundo, uma vez que na contemporaneidade existe uma tendência ao rompimento das fronteiras e a conseqüente transnacionalização de objetos e até mesmo de costumes.

Quando impossibilitados de consumir, os adolescentes podem passar pela frustração e a ansiedade de não obter o objeto de desejo. Alguns recorrem à violência, ao universo das drogas, aos conflitos familiares, abandonam a escola, recorrem ao trabalho precoce e até mesmo, “podem vir a quebrar com o pacto social

da 'honestidade', seja por causa da impossibilidade de consumir ou na tentativa de superá-la" (SALES 2007, p.133).

A questão do trabalho precoce e a desvalorização da escola é outro tema que perpassa nossos adolescentes e a sociedade do capital. Há um contingente de adolescentes que abandonam a escola ou não vêm nela importância. Segundo os dados do Relatório de Desenvolvimento 2012, divulgado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o Brasil tem a terceira maior taxa de abandono escolar (24,3%) entre os 100 países com maior IDH do mundo, só atrás da Bósnia Herzegovina (26,85%) e das ilhas de São Cristovam e Névis, no Caribe (26,5%). Concomitante a isso, há jovens em busca de emprego ou já inseridos em trabalhos informais e precarizados, antes mesmo de obterem idade apta para o trabalho, muitas vezes impulsionados pela necessidade ou desejo do consumo, ou de auxílio nas despesas de casa.

Os dados do IBGE, tendo como fonte o censo escolar do Ministério da Educação (MEC) demonstram que no ano de 2010 a taxa de abandono escolar no Brasil era de 3,1%. No ensino médio, o percentual é de 10,3%.

Em 2012, na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), a taxa de escolaridade entre 7 a 14 anos era de 98,5 %, o que se considera muito próximo da erradicação do analfabetismo. Contudo, para a faixa etária entre 15 e 17 anos a taxa cai para 84,2%, caindo ainda mais entre 18 a 24 anos, quando a taxa vai para 29,3%. É interessante observar que quanto mais se aproximam da juventude, menor é a frequência de adolescentes em escolas.

Paralelo a isso, 86% dos estudantes com 4 anos ou mais de frequência no ensino fundamental estudavam em escolas públicas, porém quando partimos para o ensino superior esse dado sofre uma reversão. Apenas 25,4 % dos alunos de nível superior estudam em instituições públicas e 74,6% em particulares. Então, é possível analisar que, no Brasil, na medida em que o nível de educação aumenta, menor a incidência de jovens em escolas e menos ainda em escolas publicas.

Outro dado importante a se observar é que em 2013, também na PNAD, o nível de ocupação dos sujeitos de 10 a 13 anos era de 3,4% e que de 14 a 17 anos era de 18,9%. Ou seja, além de decair a taxa de escolarização dos adolescentes e jovens, como visto acima, com o passar do tempo o nível de ocupação aumenta,

incluído aí, o percentual de trabalho infantil diagnosticado pelo IBGE/PNAD e não apontado como trabalho ilegal.<sup>5</sup>

Além disso, a taxa de escolarização entre os ocupados também é menor do que entre os não ocupados. Entre os ocupados de 15 a 17 anos, a taxa de escolarização era de 79,7%, já entre os não ocupados, a taxa sobe para 95,3%.

No entanto, esse contexto não é apenas contemporâneo. De acordo com Frigotto (2004), “a inserção de crianças e de jovens no mundo do trabalho, sua exploração e uma escola diferenciada aparecem desde o início” (FRIGOTTO, 2004, p. 195). Ele coloca ainda que “a escola pra a classe trabalhadora, sempre foi outra” (idem). Diferente da escola na sua origem epistemológica<sup>6</sup>, que denotaria um lugar onde crianças e adolescentes viveriam um tempo de amadurecimento para a produção de conhecimento, essa escola para a classe trabalhadora “é a escola para disciplina do trabalho precoce, ou seja, uma escola que serve aos interesses do capital, na sua produção e reprodução ao longo dos séculos” (FRIGOTTO, 2004, p. 195)

Assim, sincrônico ao adolescente ainda em construção da identidade temos o seguinte panorama:

- Uma sociedade de mercado extremamente desigual, que alias, produz e necessita da desigualdade como forma da sua própria reprodução, mas que estimula a todo tempo, através da publicidade, o consumo como parte da condição de vida e identidade do ser.

- Um mercado de trabalho cada vez mais precarizado, pautado na lógica da empregabilidade e da pedagogia da competência.

- Uma escola publica débil, que reproduz as relações classistas ao longo da historia.

---

<sup>5</sup> Para estes dados, concordamos com Meirelles (2014), quando analisa que “escandalosamente, o IBGE/PNAD desconsidera o Estatuto da Criança e do Adolescente e mantém o critério de ‘pessoas de 10 anos de idade ocupadas ou com algum tipo de rendimento’, o que contradiz a legislação brasileira e todos os esforços coletivos em direção à erradicação do trabalho infantil no país (MEIRELLES, 2014, p. 373).

<sup>6</sup> A palavra escola vêm do Grego, significa lugar de ócio.

### 3 O MODO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA

O modo de produção de uma sociedade nunca é somente a forma de se produzir mercadorias. Ele determina as relações sociais que irão se estabelecer entre seus componentes, ou seja, as relações sociais existentes entre os sujeitos na produção. Portanto, o conceito de modo de produção coloca as relações de produção no centro organizador de todos os aspectos da vida social, pois é processo produtivo que determinará a forma de organização social dessa sociedade. Recorrendo a um exame histórico, podemos perceber que houveram diversas formas de se produzir, com características peculiares de modo de produção, porém, no intuito de analisar as relações sociais e as contradições existentes do momento presente, focaremos no modo de produção atual, o processo de produção capitalista.

Segundo Marx (2003), o processo de produção capitalista é uma forma historicamente determinada do processo social de produção em geral. É tanto um processo de produção das condições materiais da vida humana, quanto um processo que, a partir de relações histórico-econômicas de produção específicas, produz e reproduz essas mesmas relações de produção na vida social. (MARX, 2003 p.230)

Para entender melhor estas relações é de suma importância compreender esmiuçadamente, aspectos do processo de produção capitalista, entendido como um processo único com fases distintas entre a produção, a distribuição, a circulação e o consumo, implicadas e determinantes entre elas.

#### 3.1 PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, CIRCULAÇÃO E CONSUMO

As necessidades materiais humanas, isto é, as condições materiais de existência e reprodução da sociedade, são obtidas através da interação do homem com a natureza. O homem através do trabalho modifica os materiais que existem no meio ambiente, transformando-os em produtos que atendam suas necessidades. Esse processo de transformação através da força de trabalho é a produção.

A distribuição aparece como repartição dos produtos, determina a proporção do produto para a cada indivíduo; a troca (circulação) reparte de acordo com a ne-

cessidade individual e o consumo é etapa final onde os produtos encontram seus objetivos. Segundo Marx (2003),

a produção cria os objetos que correspondem às necessidades; a distribuição os reparte de acordo com as leis sociais; a troca reparte de novo o que já está distribuído, mas segundo a necessidade individual; no consumo, enfim, o produto evade-se do movimento social, torna-se diretamente em objeto e servidor da necessidade individual, que satisfaz pela fruição (MARX 2003, p.232).

Para demonstrar a indissociabilidade e o entrelaçamento do processo produtivo, Marx (2003) vai elucidando as determinações existentes entre as etapas produtivas. Primeiramente entre produção e consumo, colocando que o próprio ato de produzir também é consumo, na medida em que a produção consome matéria-prima; ou ainda mesmo no consumo propriamente dito, em que o homem por exemplo, ao consumir alimentos, reproduz o próprio corpo. Desta forma ele conclui que “a produção é imediatamente consumo e consumo imediatamente produção” (MARX 2003, p.232).

Ao mesmo tempo, ainda a respeito dessa relação, o autor afirma que a “produção cunha o objeto do consumo”, dando-lhe materialidade, cujos materiais criam e sem os quais não teria objeto; mutuamente, o consumo cria idealmente o objeto da produção, a necessidade e o sujeito para o qual são produtos. O produto recebe seu acabamento final no consumo. Essa reciprocidade faz Marx concluir que “sem produção não há consumo, sem consumo não existe produção” (MARX, 2003, p.238).

Num movimento dialético, ele chega à terceira conclusão sobre a identidade entre o consumo e a produção. Reconstruindo e ampliando sua primeira interpretação ele profere que, “a produção não é imediatamente consumo, nem consumo é imediatamente produção, igualmente a produção não é apenas um meio para o consumo, nem o consumo um fim da produção” (MARX, 2003, p. 238). Ou seja, cada um dos processos não é só o outro, ou o intermediário do outro, ambos dão ao outro seu objeto ao criar-se. O consumo, ao se fazer consumo, dá ao produto seu objetivo final e se dissolve no processo produtivo. Ao mesmo tempo, não só dá ao produto sua razão de ser, como ao produtor seu real sentido de produzir, assim como a produção, impulsiona o consumo e sua forma de existir.

Em seguida, o autor fala da relação entre distribuição e produção, cujo entendimento do senso comum percebe como uma relação invisibilizada. A distribuição na compreensão popular costuma ser deslocada, ou autonomizada dentro do processo produtiva, como se fosse independente dele. Porém, Marx (2003) coloca que, antes de ser distribuição é também produção, pois participa antes de tudo na distribuição dos materiais para produção e dos membros da sociedade. Diz ele que,

na sua concepção mais banal, a distribuição apresenta-se como distribuição dos produtos, e assim como que afastada da produção e a bem dizer independente dela. Contudo, antes de ser distribuição de produtos, ela é: 1º distribuição dos instrumentos de produção e 2º distribuição dos membros da sociedade pelos diferentes gêneros de produção, o que é uma outra determinação da relação anterior (MARX 2003, p.242).

O autor finaliza identificando também as relações existentes no processo de troca. Ele explica que, tal como a distribuição, a troca só aparece isolada na produção em seu momento final, quando imediatamente depois é consumida, mais que, também está incluída dentro da produção, seja na força de trabalho ou nos instrumentos de produção.

Nesse sentido, as reflexões deixam claro que se trata de um processo, único, com fases distintas, mas, determinantes entre elas. Marx conclui que, “O resultado a que chegamos não é que a produção, a distribuição, o intercâmbio, o consumo, são idênticos, mas que todos eles são elementos de uma totalidade, diferenças dentro de uma unidade” (MARX 2003, p.246).

### 3.2 ACUMULAÇÃO DO CAPITAL

Embora o processo de produção capitalista seja algo recente na história mundial, ele passou por mudanças ao longo do tempo. Contudo, algumas características têm se mantido no decorrer do processo histórico, como por exemplo, a essência da acumulação de capital. Neste caso, falamos da busca pelo lucro através da expropriação e da exploração do trabalho com o consequente acirramento das desigualdades sociais que gera a pauperização da classe

trabalhadora. Aliás, são essas próprias características que vêm produzindo e reproduzindo as mesmas relações sociais desde então.

Um dos cerne do processo de produção capitalista está na expropriação. Todo esse processo de produção, circulação e consumo da mercadoria têm importantíssima determinação da expropriação. No capitalismo os meios de produção são privados, ou seja, pertencem a um dono ou uma pequena classe. Os trabalhadores estão destituídos dos meios para produzir, sejam as máquinas, seja a matéria prima, seja a terra, bem como não usufruem da riqueza socialmente produzida.

A expropriação, sobretudo através da propriedade da mercadoria dinheiro, é a condição básica para o início do processo de acumulação, é a base do processo produtivo. Para entender a expropriação, é necessário um retorno aos primórdios do capitalismo (séc. XVI até meados do sec. XVIII), onde nos deparamos com a *acumulação primitiva do capital*. Este período sócio histórico foi marcado pelo colapso do sistema feudal que entrou em profunda crise em razão de fatores como a ascensão da burguesia nas cidades medievais e a intensa movimentação comercial naquele período; a crise no campo, as revoltas camponesas, a peste negra, entre outros.

A experiência do comércio nas cidades criou a “sofisticada” relação de troca monetária e a criação do dinheiro como moeda, vai desenhar novas formas de acumulação, como crédito e juros, e posteriormente o desenvolvimento do sistema financeiro.

No entanto, vale ressaltar que esta “propriedade inicial” que vai alavancar a acumulação, não surge magicamente ou de forma harmoniosa. Segundo Rodolski (2001), o processo de *acumulação primitiva do capital* se dá de forma muito violenta. Segundo ele,

sabemos como a gênese do capital se baseou em saques (por exemplo, a expropriação de camponeses), trapaças, dominações, em suma, violências e todo tipo de procedimentos que nada têm a ver com métodos pacíficos de acumular o que se ganha trabalhando (RODOLSKI 2001, p.218 *apud* MEIRELLES 2014, p.20).

O processo de acumulação se inicia no momento em que a mercadoria entra no processo de circulação, isto é, foi acabada e vai para o mercado ser vendida e consumida. É claro que antes de ser mercadoria ela foi propriedade dinheiro, pois é requisito fundamental para qualquer capitalista ter certa quantia de dinheiro para iniciar um processo de produção.

Nessa medida, temos a seguinte sequência: o “montante inicial” de dinheiro irá se transformar em mercadoria e a mercadoria novamente em dinheiro, criando a equação básica de (D-M-D) <sup>7</sup>. Entretanto, o dinheiro em si não é o próprio capital, como geralmente costuma-se pensar. Ele é apenas um meio de troca entre as mercadorias. Para tornar-se capital, precisa passar por vários processos de acumulação/valorização, ou como costumeiramente se ouve falar, capitalização. Ele precisa sair do processo de circulação com um valor excedente ao que entrou.

No intuito de produzir a mercadoria será preciso, através do dinheiro, adquirir outras mercadorias necessárias à produção, ou, meios de produção, como maquinário, matéria prima e pessoas para trabalhar. Esse trabalhador que vende sua força de trabalho através do salário, também será considerado apenas um meio de produção ou uma mercadoria.

E aí está a peça chave do capital: a exploração dessa força de trabalho é o que permite que o capitalista além de ter o retorno do dinheiro inicial, tenha retorno de um dinheiro excedente, pois por meio da exploração da mais-valia<sup>8</sup> é que ele obtém o lucro, transformando dinheiro em capital. Marx (1984) explica que,

só aparece capital quando o possuidor de meios de produção e de subsistência encontra o trabalhador livre no mercado vendendo sua força de trabalho, e esta única condição histórica determina um período da história da humanidade. O capital anuncia, desde o início, uma nova época no processo de produção social (MARX 1984, pg.190 *apud* MEIRELLES 2014, p.27).

É interessante observar que a mercadoria sai da circulação com um valor excedente, portanto, aquela fórmula inicial se modifica transformando-se em D-M-

---

<sup>7</sup> Dinheiro- Mercadoria – Dinheiro.

<sup>8</sup> A categoria mais-valia “está relacionada à ampliação do trabalho e à ampliação das taxas de lucro como resultados da valorização do capital, determinada pela exploração capital/trabalho” (MEIRELLES, 2014, p. 31).

D<sup>9</sup>. Este acréscimo é o que “constitui a mais-valia e é o acréscimo de valor que surgiu no processo de produção, valor criado pela força de trabalho que produz um valor excedente ao que custa. A apropriação, pelo capitalista deste excedente configura a exploração do trabalho pelo capital” (NETTO & BRAZ, 2012, p. 119).

Esse movimento torna-se constante, pois na busca incessante pelo lucro, é necessário que se reinicie o processo continuamente, inclusive no período de circulação de uma mercadoria inicia-se outros processos de produção para que a acumulação seja ininterrupta. Este circuito é denominado de rotação do capital ou o tempo de giro do capital, que falaremos no tópico seguinte.

### 3.3 COMPRESSÃO DO ESPAÇO E DO TEMPO NA CONTEMPORANEIDADE.

Em termos sócio-históricos, considera-se que o capitalismo teve seu início no séc. XVI, na chamada *acumulação primitiva* que se consolidou com base nas trocas comerciais e na manufatura. Ao longo desses 500 anos de história, transmutou-se e evoluiu. Como afirma Harvey (2010, p. 307), “o capitalismo é um processo, não uma coisa” Como processo de reprodução da vida social ele é dinâmico, muda e transforma a todo tempo a sociedade em que está envolvido, sem modificar sua essência: a busca incansável e incessante pelo lucro.

Com o desenvolvimento do comércio, cada vez mais internacionalizado e a introdução das máquinas, deu-se início a fase *Industrial* do sistema capitalista, esse período “se manifesta por volta de 1780 e perdurará até o ultimo terço do sec. XIX” (NETTO & BRAZ, 2012, p.169). Essa fase é marcada pelos avanços tecnológicos, pela produção em série e conseqüentemente maior exploração do capital sobre o trabalho. É uma fase chamada de *Capitalismo concorrencial*.

Para aumentar a lucratividade é necessário que exista um consumo cada vez maior de mercadorias e sendo assim, o processo de produção precisa ser mais rápido, ininterrupto e quantitativamente maior. Nesse sentido, a expansão do capitalismo industrial e a busca por superlucros vão contribuir para a consolidação de um *Capitalismo Monopolista* no fim do séc. XIX até o séc. XX. Com a criação e o aumento de monopólios e investimento de tecnologias na gestão, essa fase é

---

<sup>9</sup> O apóstrofe significa mais dinheiro.

marcada pela produção em massa e a introdução de sistemas gerenciais como o Fordismo e Taylorismo.

Por isso, de acordo com Harvey (2010), ao longo das últimas duas décadas temos vivido uma intensa aceleração do ritmo de vida e diminuição das barreiras espaciais, implicando em uma compressão do tempo e espaço. A transição do Fordismo para a atual fase do capitalismo, o que o autor denomina de acumulação flexível, é definida principalmente pela redução do tempo de giro do capital ou rotação do capital, com impacto direto na vida política, cultural e econômica.

A tese do autor, nesse cenário, indica que o sistema capitalista ao engendrar-se no processo de acumulação flexível será, em certa medida, o responsável por grande parte das mudanças na dimensão do tempo e espaço pela necessidade de redução do “tempo de giro do capital”. Diz ele que,

a aceleração na produção foi alcançada por mudanças organizacionais na direção da desintegração vertical-subcontratação, transferência de sedes etc., que reverteram à tendência fordista de integração vertical e produziram um curso cada vez mais indireto na produção, mesmo diante da crescente centralização financeira. Outras mudanças organizacionais, tais como o sistema de entrega *just-in-time*, que reduz os estoques, quando associadas com novas tecnologias de controle eletrônico, de produção em pequenos lotes etc., reduziram o tempo de giro em muitos setores da produção (eletrônica, máquinas-ferramenta, automóveis, construção, vestuário etc.) (HARVEY, 2010, p.257).

Para Harvey, essa aceleração/velocidade envolve especialmente o processo da produção, da troca e do consumo, ou seja, aquele processo de produção explicado por Marx que analisamos anteriormente. Através do aperfeiçoamento dos sistemas de comunicação, de informação e de distribuição (empacotamento, controle de estoques, containerização etc.), criou-se maior velocidade na circulação das mercadorias. Serviços através de bancos eletrônicos, cartão de crédito, atividades financeiras em geral, também se tornaram formas de acelerar o processo, aumentando a velocidade do fluxo de dinheiro.

Na área do consumo, certamente já ouvimos nossos pais ou avós relatarem como as mercadorias de “antigamente” eram melhores, mais fortes e duráveis do que as de hoje, ou, de como não existiam tantos produtos descartáveis, como

fraldas, pratos, talheres, eletrônicos, eletrodomésticos, entre outros. Diversos materiais de consumo como roupas, sapatos e acessórios, foram modificando a partir das tecnologias e é natural que com o tempo uma mercadoria se desgaste, afinal, existe um tempo de vida útil para esses objetos. Porém, atualmente os objetos vêm perdendo progressivamente este tempo de vida útil; param de funcionar, quebram ou simplesmente não vale mais a pena (em termos de custo e benefício) o conserto dessa mercadoria. Dentro desse contexto, chama a atenção o conceito de obsolescência programada. A busca incessante pelo aumento do consumo, conseqüentemente do lucro, torna cada vez mais comum dentro das indústrias essa prática usual: os próprios fabricantes planejam o envelhecimento dos produtos, criam desenhos feitos para durar pouco e isto, de fato, não se trata de um desgaste natural, mas sim de um desgaste planejado.

Tanto a durabilidade dos produtos precisa ser cada vez menor, quanto a indústria de signos e imagem precisa impulsionar as ideias de consumo e de descartabilidade, de obsolescência instantânea. Na indústria da moda, por exemplo, a alfaiataria deu lugar à moda em massa e embora os produtos adquiridos possam estar em perfeitas condições de uso, as tendências, aliadas a mídia, pressionam, subjetivamente, a mudança do vestuário, que carrega não só uma “imagem”, mas um estilo de vida e visibilidade.

De acordo com Harvey ,

a publicidade já não parte da ideia de informar ou promover no sentido comum, voltando-se cada vez mais para a manipulação dos desejos e gostos mediante imagens que podem ou não ter relação com o produto a ser vendido. [...] Se privássemos a propaganda moderna da referência direta ao dinheiro , ao sexo e ao poder, pouco restaria (HARVEY, 2010, p.259).

Todas essas profundas transformações, na velocidade da vida (seja no consumo acelerado, através da moda e da obsolescência de eletrônicos e descartáveis, seja nas mudanças das tecnologias através de serviços bancários eletrônicos, acelerando processos de troca), ou no encurtamento dos espaços geográficos (através de chats, redes sociais, teleconferências), decorrem, na visão de Harvey, da lógica transformativa e especulativa do capital, visto como “um

processo de produção da vida social por meio da produção de mercadorias em que todas as pessoas do mundo capitalista avançado estão profundamente implicadas” (Harvey, 2010, p.307).

Diante do exposto, questionamos como os adolescentes do CREAS de Matinhos vivenciam a compressão do tempo/espaço, já que, como visto, essa grande valorização do “consumo” tornou-se mundializada e configura apenas mais uma estratégia do capitalismo para comprimir o tempo de giro do capital e ampliar os lucros dos capitalistas.

## 4 METODOLOGIA DE PESQUISA E ANALISE DOS DADOS

### 4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

#### 4.1.1 Natureza da pesquisa

A pesquisa social é uma ferramenta para adquirir conhecimento. É através dela que podemos nos aproximar do objeto que desejamos estudar. Para tratarmos de pesquisa é necessário primeiramente definir este conceito. De acordo com Minayo (2013),

a pesquisa é a atividade básica da Ciência na sua indagação e construção da realidade. É a pesquisa que alimenta a atividade de ensino e a atualiza frente à realidade do mundo. Portanto, embora seja uma prática teórica, a pesquisa vincula pensamento e ação (MINAYO, 2013, p. 16).

Isto significa que a pesquisa não compreende apenas métodos e técnicas de estudos, mas vai além, na medida em que é o instrumento que nos auxilia a desvendar e solucionar as questões reais do mundo, através da articulação entre teoria e prática, ou seja, da práxis (SANTOS, 2013).

Na escolha dos procedimentos a serem utilizados, o presente trabalho articula as naturezas quantitativa e qualitativa. Segundo Gonçalves, a pesquisa qualitativa “preocupa-se com a compreensão, com a interpretação do fenômeno, considerando o significado que os outros dão às suas práticas” (GONÇALVES, 2001, p. 68). A abordagem qualitativa não almeja alcançar a verdade absoluta, é um método que lida com investigações de questões da vida que não podem ser apreendidas através de método quantitativo, pois aspira alcançar os significados, motivos, aspirações, crenças, valores, atitude (MINAYO, 2001, p. 21-22).

Quanto a sua natureza quantitativa, embora seja utilizada de maneira mais restrita, não tornou-se menos importante. Ainda que a pesquisa não se preocupe com dados percentuais, tendo em vista o número reduzido de sujeitos envolvidos, a utilização desta natureza para quantificar os dados de maior incidência e relevância, foi primordial.

#### 4.1.2 Trajetória da pesquisa

Para a primeira etapa da pesquisa, a ferramenta essencial tornou-se a observação sistemática, base para toda investigação de campo. Foi através da observação que chegamos ao objeto de pesquisa e também foi ela, instrumento para análise da pesquisa já aplicada. Para Richardson, a “observação é o exame minucioso ou a mirada atenta sobre um fenômeno no seu todo ou em algumas de suas partes, é a captação precisa do objeto determinado” (RICHARDSON, 2010, p. 258).

Nesse estudo, a observação ao longo do trabalho foi inicialmente assistemática, ou seja, mais livre. Na medida em que o objeto foi sendo construído, a partir das percepções nas oficinas do grupo de adolescentes, a observação passou a ser mais sistematizada, guiada pela objetividade. Mas, foi a partir da observação que definimos o objeto de pesquisa: As expectativas de consumo dos adolescentes do CREAS de Matinhos.

O próximo passo foi a realização de um levantamento histórico e conceitual, uma exploração bibliográfica que permitiu fundamentar teoricamente o trabalho em questão.

Para a coleta de dados, partiu-se da pesquisa documental, consultando o livro de registros de entrada dos adolescentes no CREAS, como forma de alcançar os dados mais simples que traçam uma descrição dos sujeitos do estudo, o perfil sócio econômico.

Atualmente, o grupo de adolescentes do CREAS de Matinhos conta com a participação de 5 adolescentes, que seriam o universo total de sujeitos da pesquisa. Porém, a pesquisa foi aplicada com 8 adolescentes. Destes, 5 fazem parte do atual grupo de adolescentes das oficinas socioeducativas, os outros 3 já encerraram a participação nos grupos, mas se dispuseram a responder as questões.

A pesquisa, que articula as naturezas quantitativa e qualitativa, que como já mencionado anteriormente pretende atingir o universo de significados, para tal busca se utilizou como instrumento basilar para a coleta de dados, o questionário.

Segundo Gil, podemos definir questionário como uma “técnica de investigação composta por um número de questões apresentadas por escrito às

peças, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.” (GIL, 2006. p. 128)

O questionário foi aplicado entre os meses de março e abril de 2015, conta com o número de 40 questões constituído por perguntas abertas e fechadas, a fim de identificar opiniões (sim-não) e aprofundá-las (através de questões sem restrições).

Após a aplicação dos questionários, sistematizamos as informações, e conforme o nosso objetivo de estudo, a partir destas sistematizações construímos a análise da pesquisa com o intuito de identificar as expectativas de consumo dos adolescentes atendidos pelo CREAS do município de Matinhos e apontar as contradições existentes nas concepções e expectativas de consumo desses sujeitos.

É preciso salientar que, anteriormente a aplicação dos questionários foram tomados alguns procedimentos éticos, dada a situação da pesquisa envolvendo adolescentes. Realizamos o contato prévio com as famílias, por telefone, para esclarecimentos e apresentação da pesquisa. Logo após, solicitamos a autorização dos responsáveis para a participação voluntária dos sujeitos. Na ligação telefônica foi noticiado o envio, por intermédio dos adolescentes, do Termo de Consentimento (vide apêndice 2), devendo ser assinado pelos pais e novamente entregue a pesquisadora, para só então dar início as aplicações dos questionários.

O Termo de Consentimento segue as normas éticas. Informa e esclarece o sujeito da pesquisa de maneira clara, para que ele possa tomar uma decisão de forma justa e sem constrangimentos sobre a sua participação. Contém os objetivos, a metodologia, a identificação do pesquisador e informa que o sujeito é voluntário e pode se retirar da pesquisa a qualquer momento e sem qualquer tipo de prejuízo. É emitido em duas vias assinadas pelo responsável e pelo pesquisador.

#### 4.2 ANÁLISE DOS DADOS.

O relatório a seguir é resultado da pesquisa realizada com os 8 adolescentes do CREAS de Matinhos. Buscou-se ouvi-los em suas realidades e entender os significados que dão elas. Certamente as respostas irão muito além de simples dados num universo de pesquisa, mais apontam para a necessidade de refletir sobre esse segmento em suas condições objetivas e as suas expectativas de futuro, em especial, diante dos agravos das suas condições de vida dentro do acirramento das desigualdades sociais, fruto da sociedade capitalista.

Trata-se de uma produção que procura compreender as contradições existentes nas expectativas de consumo desses sujeitos, mas para além, a relação estreita dessas expectativas com as novas formas de articulação do capital em seu processo produtivo.

Tendo em vista que utilizamos algumas das falas, utilizaremos nas citações codinomes, representando cada um dos adolescentes pelo um número dado deles. Para uma melhor visualização, dos dados que foram possíveis quantificar, estarão dispostos em gráficos, garantindo uma apresentação vantajosa.

#### 4.2.1 Perfil dos entrevistados/Dados pessoais.

O questionário aplicado aos adolescentes do CREAS de Matinhos se inicia pelo primeiro bloco de perguntas, com o intuito de traçar um perfil sócio econômico dos sujeitos de estudo, pois consideramos importante delinear um breve perfil dos participantes. A pesquisa contou com a participação de 3 meninos e 5 meninas, destes, 3 com 13 anos, 2 com 14 anos, 1 de 15 e 2 de 16 anos. Sobre suas cidades de origem 3 nasceram em Curitiba, 1 nasceu em Paranaguá, 3 em Matinhos e apenas um adolescente, nasceu em Toledo.

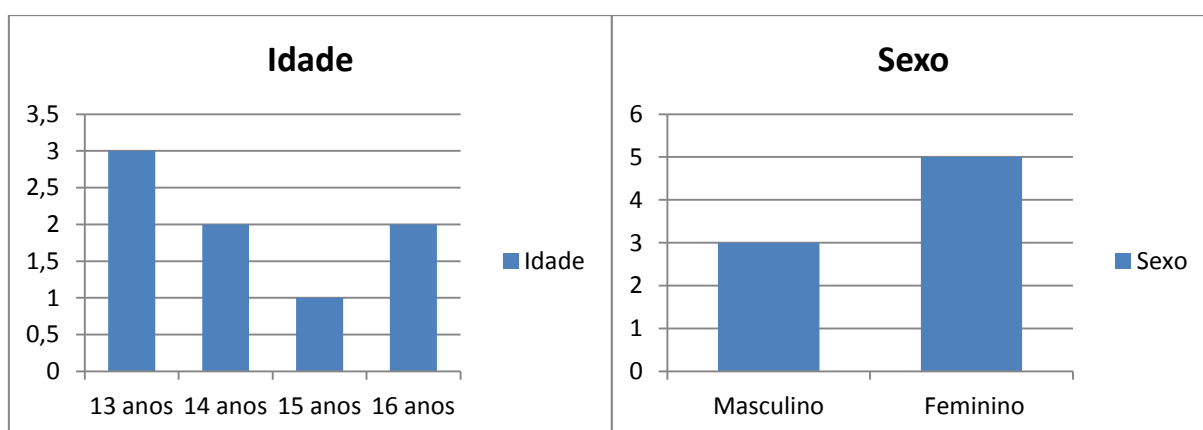
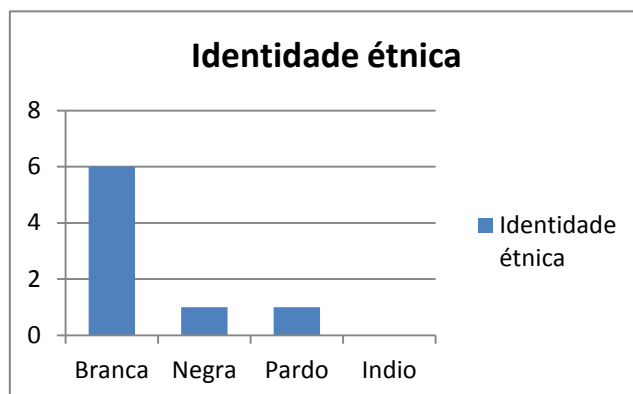


GRÁFICO 1. FONTE: A AUTORA (2015)

GRÁFICO 2. FONTE: A AUTORA (2015)

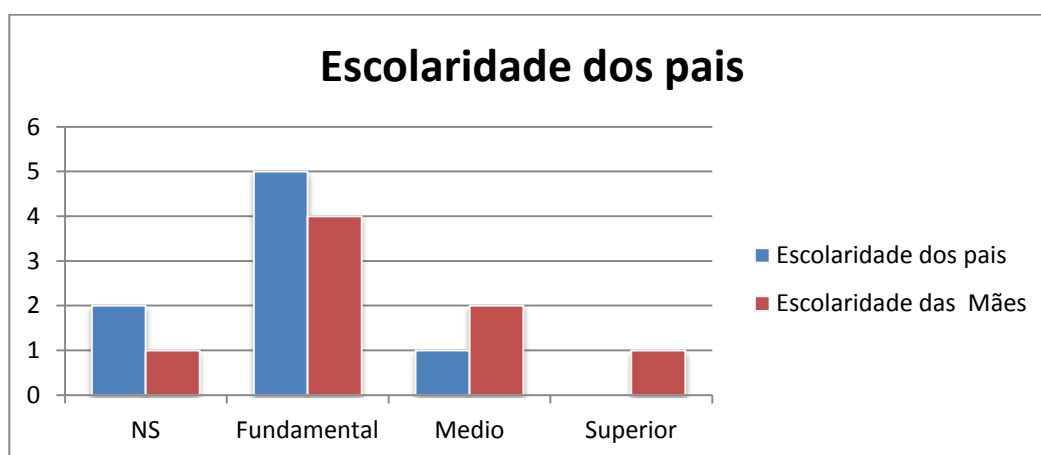
Os dados demonstram que a escola pública é a grande provedora da educação para os participantes da pesquisa, pois os 8 adolescentes estão devidamente matriculados e estudam na rede pública de ensino.



**GRÁFICO 3.** FONTE: A AUTORA (2015)

Considerando os estigmas e as discriminações sofridas pelos afrodescendentes ao longo da história do Brasil, é primordial que a identidade étnica seja visibilizada nesse estudo. Em relação à cor ou raça, trata-se, de uma auto-representação, 6 declararam-se brancos, 1 pardo e apenas 1 negro.

É interessante observar que a escolaridade dos familiares, principalmente dos pais, têm uma forte influência na formação dos filhos em termos de expectativas e até mesmo de consciência sócio-política a respeito do consumo.



**GRÁFICO 4.** FONTE: A AUTORA (2015)

Sobre a escolaridade dos responsáveis pelos adolescentes da pesquisa, apenas um deles tem ensino superior. Como demonstra o gráfico 4, das mães, 1 possui o ensino superior, 3 ensino médio, 4 possuem ensino básico e 1 não soube informar. Quanto aos pais, a escolaridade mostra-se mais baixa, somente 1 possui o ensino médio ainda incompleto, 5 o ensino fundamental e 2 não souberam informar.

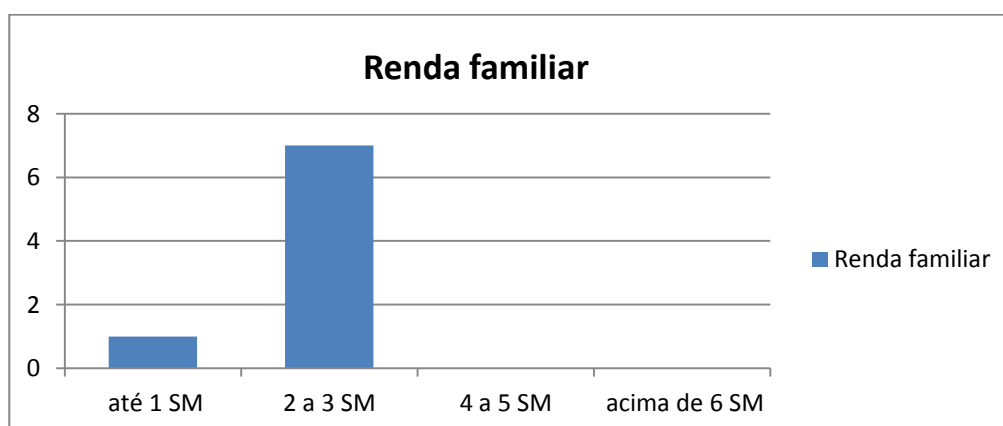
A pesquisa demonstrou, em seu desenrolar, que o adolescente filho de pais mais escolarizados, embora ainda coadune com os demais em suas preferências, evidenciou respostas mais elaboradas e maiores expectativas de futuro.

A atividade profissional desses responsáveis também é outro ponto importante de análise, nota-se que esta informação está intimamente ligada à escolarização desses sujeitos, isto é, a profissão dos responsáveis tem muito a ver com o grau de escolaridade e renda das famílias.

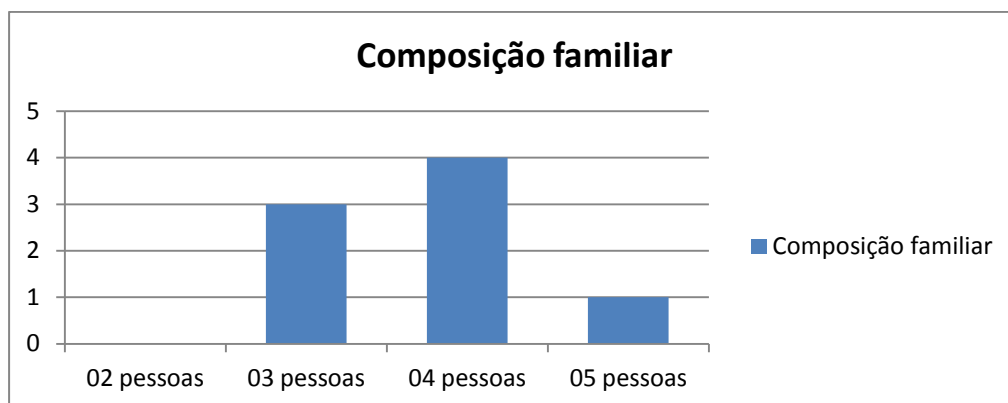
Na profissão dos pais, foram identificados os trabalhos de perfil mais braçal (1 cozinheiro, 1 jardinagem, 1 produção, 1 Frete), com exceção de 1 deles que trabalha com vendas e 3 não souberam informar. Quanto à profissão das mães, 1 trabalha com vendas, 1 cozinheira, 2 serviços Gerais, 1 balconista, 1 técnica em enfermagem e 2 não souberam informar.

Nota-se que a baixa escolaridade dos responsáveis está, em certa medida, expressa na profissão que desempenham, já que o mercado de trabalho torna-se cada vez mais exigente, mesmo que a sociedade capitalista não seja capaz de ofertar, de forma igualitária, condições de acesso a formação profissional.

A questão de Gênero também se manifesta nas atividades profissionais. A pesquisa demonstrou que embora alguns dos trabalhos femininos aqui representados necessitem de um grau de escolaridade maior, elas recebem menos que eles, o que expressa a desigualdade de gênero presente na sociedade e no mercado de trabalho, ainda hoje.



**GRÁFICO 5.** FONTE: A AUTORA (2015)



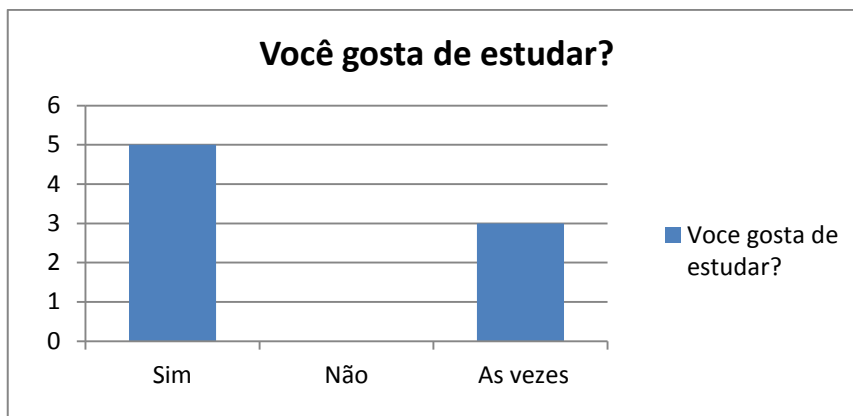
**GRÁFICO 6.** FONTE: A AUTORA (2015)

Quanto à renda familiar, em sua totalidade, se apresentam baixas ou extremamente baixas, principalmente se comparadas ao número de pessoas que moram na mesma casa. Como demonstram os gráficos 5 e 6, 7 famílias têm uma renda de 2 a 3 salários mínimos e uma sobrevive apenas com 1. A renda per capita é reduzida, pois todas as famílias têm sua composição com mais de 03 indivíduos.

Trata-se, portanto, de adolescentes pertencentes a famílias da classe trabalhadora, que dentro do processo produtivo são historicamente excluídos e destituídos de seus direitos. Participam na sociabilidade capitalista e sofrem influências midiáticas assim como qualquer sujeito, porém, dificilmente, o adolescente da classe trabalhadora, a quem se nega o acesso ao mercado, poderia ter uma “vida fácil” ou acesso aos produtos publicizados pela mídia.

#### 4.2.2 Contexto Estudantil.

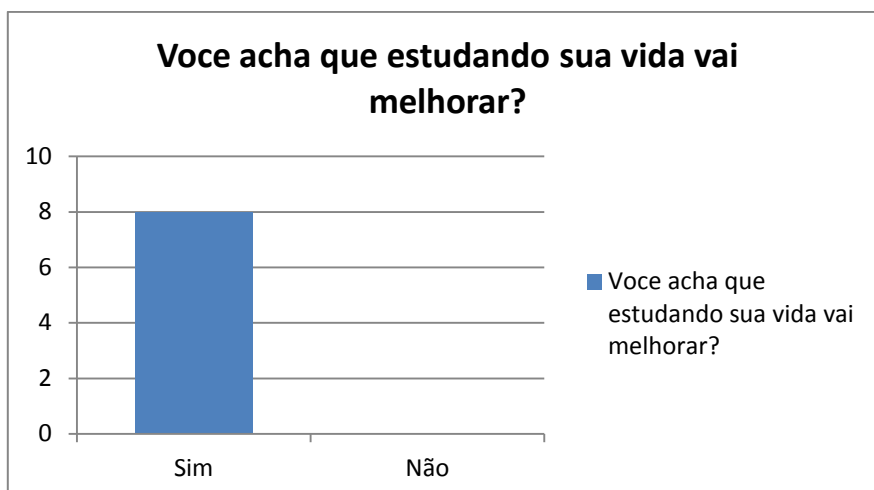
O segundo Bloco de perguntas está ligado ao contexto estudantil da vida dos adolescentes. Na medida em que todos eles vivenciam a educação escolar, a pesquisa aborda aspectos voltados a essa realidade. A primeira pergunta do bloco dirige-se ao gosto pelos estudos, para o que a maioria (5) respondeu que gosta de estudar. Os demais (3) responderam que às vezes.



**GRÁFICO 7.** FONTE: A AUTORA (2015)

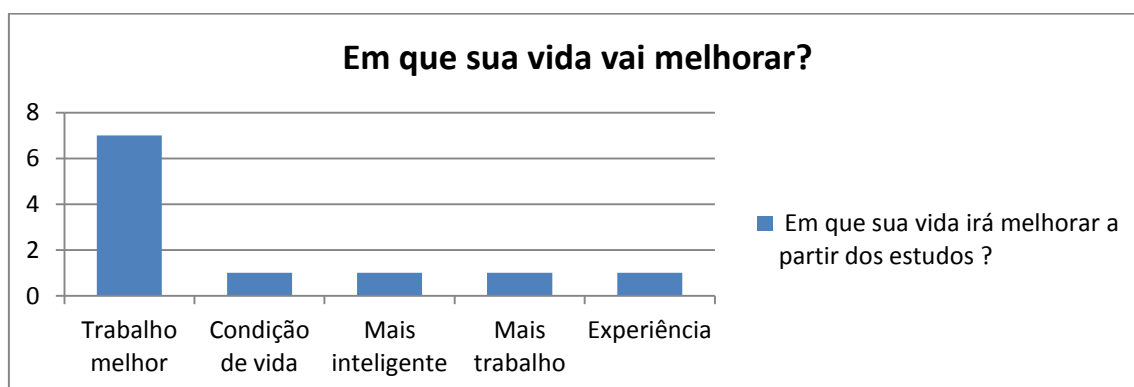
No entanto, é relevante observar que, nas duas perguntas seguintes que questionavam "o que mais gostam e menos gostam na escola", as respostas sobre as atividades favoritas estavam, em sua maioria, ligadas a momentos que **não incluem** processos de estudos, como: a aula vaga, recreio, atletismo, educação física, garotas, garotos e lanche. Quanto às atividades que menos gostam na escola, também confirmam essa relação, pois as características indesejáveis incluem: redução do intervalo, aula de inglês, textos extensos, professor de matemática, aula de matemática, aula vídeo, alunos chatos e diretoria, ou seja, atividades mais voltadas para processos de ensino.

Estes dados levantam a questão de como anda a educação e a escola brasileira e se ela têm realmente atingido seus objetivos e instigado nos discentes, através de didáticas mais lúdicas, o prazer pela construção do saber, ou ainda, se estas mesmas escolas possuem condições objetivas, através de investimento público, de qualificar seus professores, remunerá-los dignamente, de preservar seus ambientes e fazer da escola um lugar onde os alunos queiram estar. Essa análise também vai ao encontro das estatísticas, quando destaca a apatia dos adolescentes com as atividades educativas, expressas nas quedas das taxas de escolarização do adolescente, mencionadas nas estatísticas apresentadas anteriormente.



**GRÁFICO 8.** FONTE: A AUTORA (2015)

Por outro lado, quando feitas as últimas perguntas do bloco sobre as expectativas com educação e o impacto na vida deles as respostas, em unanimidade, expressaram que todos acreditam que suas vidas irão melhorar a partir dos estudos. É importante perceber que o nível de precariedade da educação não minimiza a crença na escolarização como um meio de alcançar uma vida mais digna, melhor.



**GRÁFICO 9.** FONTE: A AUTORA (2015)

Entretanto, quando questionados sobre quais os aspectos da vida poderiam melhorar a partir dos estudos, o trabalho aparece de forma predominante. Os adolescentes afirmam que:

“Vou ter um trabalho melhor quando crescer” (Adolescente1)

“Estudando posso pegar qualquer trabalho” (Adolescente 2)

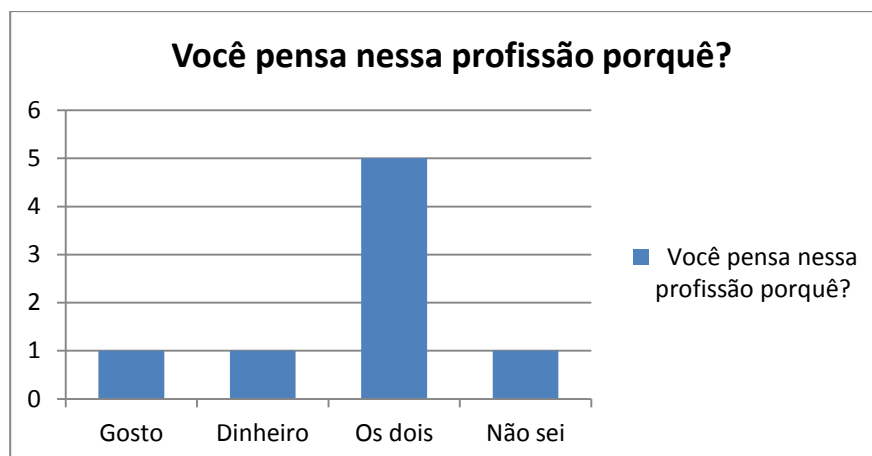
- “Em tudo, no trabalho melhor” (Adolescente 3)
- “Conhecimento para um trabalho melhor e experiência de vida (Adolescente 4)”
- “Fico mais inteligente” (Adolescente 5)
- “Vou arranjar um emprego melhor” (Adolescente 6)
- “Vou ter um trabalho melhor, condições de vida boa o suficiente para conhecer minha cara metade” (Adolescente 7)
- “Um emprego melhor”( Adolescente 8 )

Os dados revelam a centralidade do trabalho na vida dos adolescentes. A educação aparece com uma ligação direta, e quase que exclusiva, ao trabalho. Ou seja, embora vejam na escola um meio de alcançar melhores expectativas de vida, estas expectativas esbarram nos interesses do capital, pois limitam-se a uma educação para o trabalho e não como forma de autonomia e emancipação humana, inclusive financeira. Tratando-se de adolescentes empobrecidos, a inserção no mundo do trabalho se impõe desde cedo, confirmando a tese de Frigotto (2004), quando afirma que para a classe trabalhadora a escola é diferenciada. Segundo ele, é essa escola que disciplina para o trabalho, ou seja, uma escola que serve aos interesses do capital, à sua produção e reprodução. Porém, essa escola não consegue nem sequer alcançar o “trabalho melhor” presente nas expectativas dos adolescentes, uma vez que para o adolescente que tem que trabalhar para sobreviver, concluir o ensino médio é um desafio enorme, que dirá do acesso e permanência ao ensino superior.

#### 4.2.3 Trabalho

O bloco seguinte, já incidente no bloco anterior, perpassa o tema trabalho e as expectativas sobre o futuro profissional. Com exceção do Adolescente 3, todos já possuem, ainda que idealmente, uma pretensão de profissão a seguir, das mais diversas.

3 adolescentes desejam ser advogados, 1 militar, 1 veterinária, outro engenheiro naval e 1 almeja ser empresária. Observe-se que todas as profissões, com exceção do militar e da empresária, necessitam de ensino superior completo como requisito para o exercício profissional.



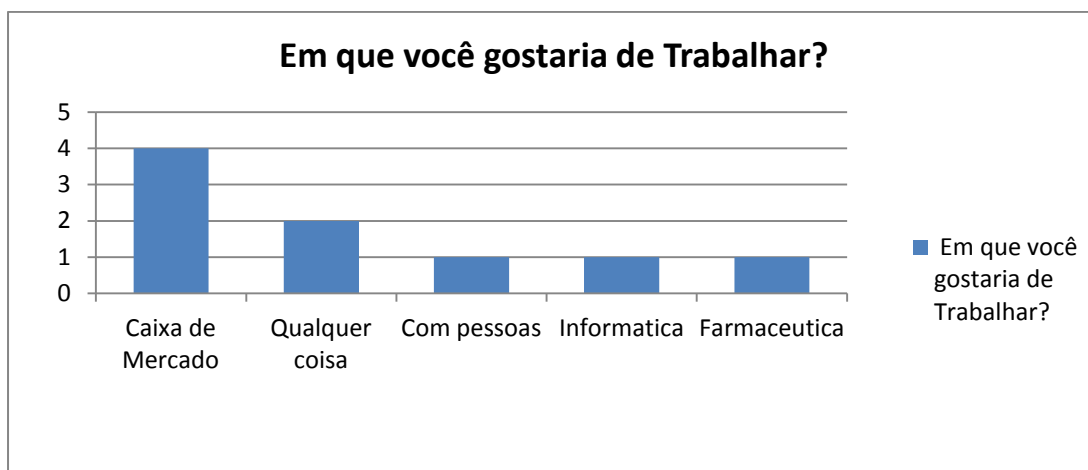
**GRÁFICO 10.** FONTE: A AUTORA (2015)

Quando questionados sobre o porquê pensam na profissão escolhida, um não soube responder, mas a maioria tenta coincidir ganhos materiais com o gosto pela atividade.

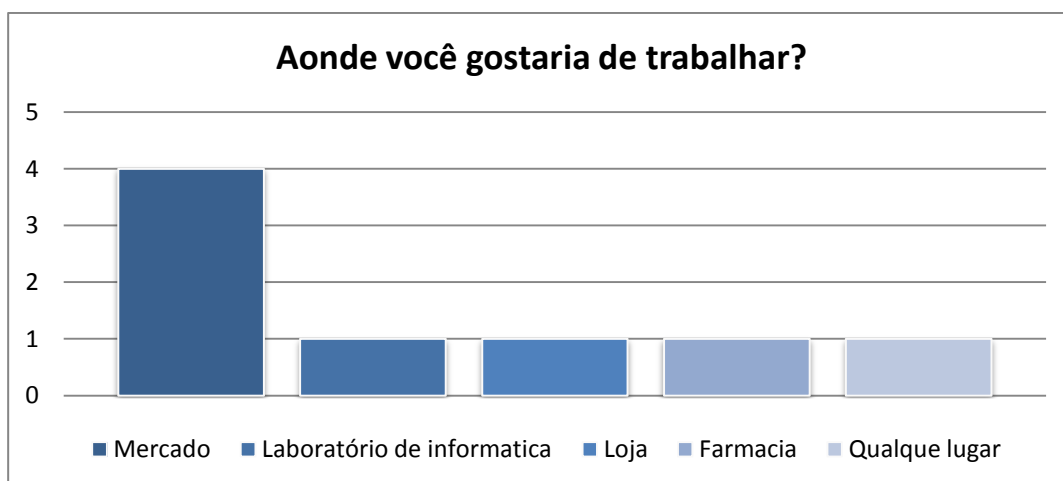


**GRÁFICO 11.** FONTE: A AUTORA (2015)

O restante das perguntas desse bloco está ligado ao momento presente, ou seja, as perspectivas sobre inserção no mundo do trabalho no atual momento de suas vidas. Absolutamente todos gostariam de já estar trabalhando, o que revela, mais uma vez, a preocupação desse segmento com o trabalho. Desta forma as outras perguntas começaram a ser feitas com base neste trabalho “hipotético” que gostariam de estar desenvolvendo.



**GRÁFICO 12.** FONTE: A AUTORA (2015)

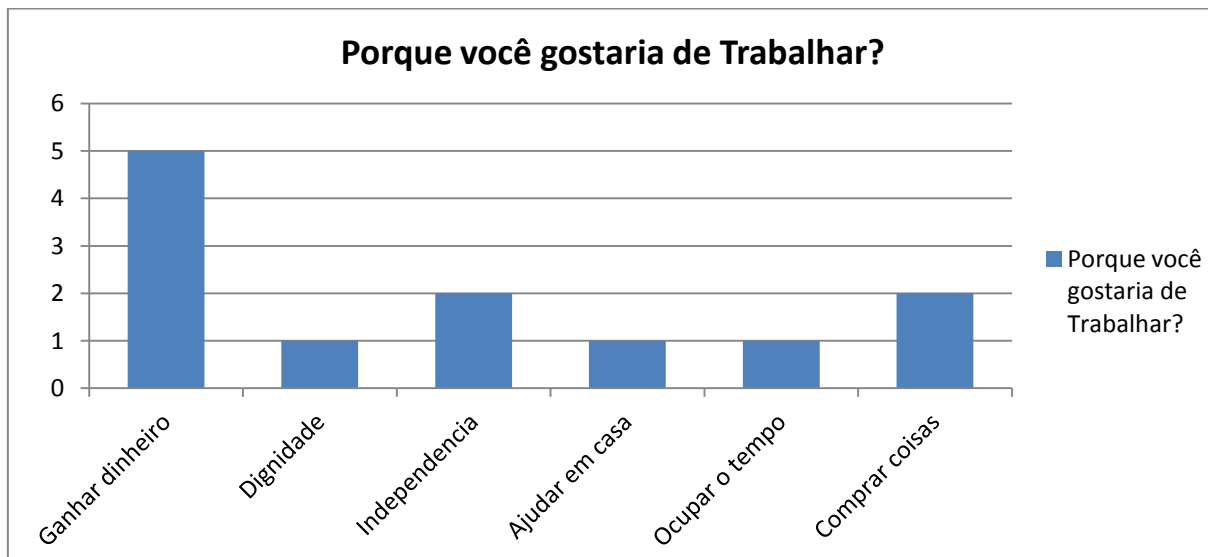


**GRÁFICO 13.** FONTE: A AUTORA (2015)

Nas perguntas "Em que gostariam de estar trabalhando" ? e "Onde gostariam de trabalhar"? , os adolescentes apresentaram elementos relevantes, principalmente sobre as expectativas reais do momento.

Tanto na primeira, quanto na segunda pergunta "ser caixa de supermercado" apareceu como uma das respostas mais citadas. Isso demonstra que, além da baixa expectativa momentânea, na cidade de Matinhos faltam oportunidades e diversidade de espaços de trabalho, sendo o principal setor de empregabilidade os serviços, especialmente rede de supermercados e balconistas. Levando em conta, os intensos processos de transformações produtivas e sociais, explicitadas por Harvey (2012), a questão do trabalho, e principalmente do desemprego, torna-se uma grande preocupação, que se insere desde cedo nos sujeitos da pesquisa, na

medida em que diante da atual conjuntura, estão dispostos a aceitar “qualquer trabalho, em “qualquer lugar” (gráficos 12 e 13).



**GRÁFICO 14.** FONTE: A AUTORA (2015)

Para a pergunta sobre o “porquê gostariam de trabalhar”, as respostas também indicam que o trabalho não está ligado ao prazer, mais sim ao dinheiro. Algumas justificativas são mais subjetivas, tais como:

“para ter dignidade e dinheiro” (Adolescente 4)

“para poder me sustentar, ser independente” (Adolescente 7)

As falas podem estar relacionadas ao imaginário social a respeito do trabalho e isto muitas vezes encobre a realidade de exploração vivida pelo trabalhador. Através de discursos que encorajam o trabalho acima de qualquer coisa em nome da “dignidade”, instaura-se uma ideologia de meritocracia, como se a responsabilidade pela condição de “vulnerabilidade” socioeconômica fosse fruto da incapacidade do indivíduo de prover seu sustento por meio do trabalho, sendo que aqueles que se encontram nessa situação seriam os “não dignos” ou “vagabundos”.

Porém, no restante das respostas, a grande maioria esteve vinculada ao ganho de dinheiro e a compra de objetos de desejo pessoal:

“Para ocupar o tempo e ganhar dinheiro” (Adolescente3)

“Pra ganhar dinheiro” (Adolescente 2)

“Pra ter o próprio dinheiro, comprar as coisas que gosto” (Adolescente1)

“Ajudar em casa” (Adolescente 6)

“Para ganhar dinheiro. Meu pai me dá, mas quanto mais, melhor.”  
(Adolescente 5)

“Pra comprar minhas coisas. Como roupa, acessórios, TV, prancha. E pra não depender dos meus pais” (Adolescente 8)

Observa-se aqui, que nossa hipótese vai se delineando, visto que as expectativas quanto ao consumo se revelam nos motivos para o trabalho. Pelas respostas colhidas, o trabalho que tanto almejam não é importante somente pelo dinheiro. É perceptível o fascínio que o dinheiro exerce sobre os sujeitos pesquisados, tendo em vista as necessidades impostas pelas relações sociais capitalistas numa sociedade que não garante direitos e que faz do dinheiro a medida pra todas as coisas, inclusive da vida. Porém, o dinheiro aqui, mostra-se importante pelas coisas que advém dele, ou seja, pelo poder de compra adquirido através dele. Em muitas respostas o dinheiro será o elemento primordial para o acesso aos objetos de desejo, que carregam consigo identidade, imagem, poder.

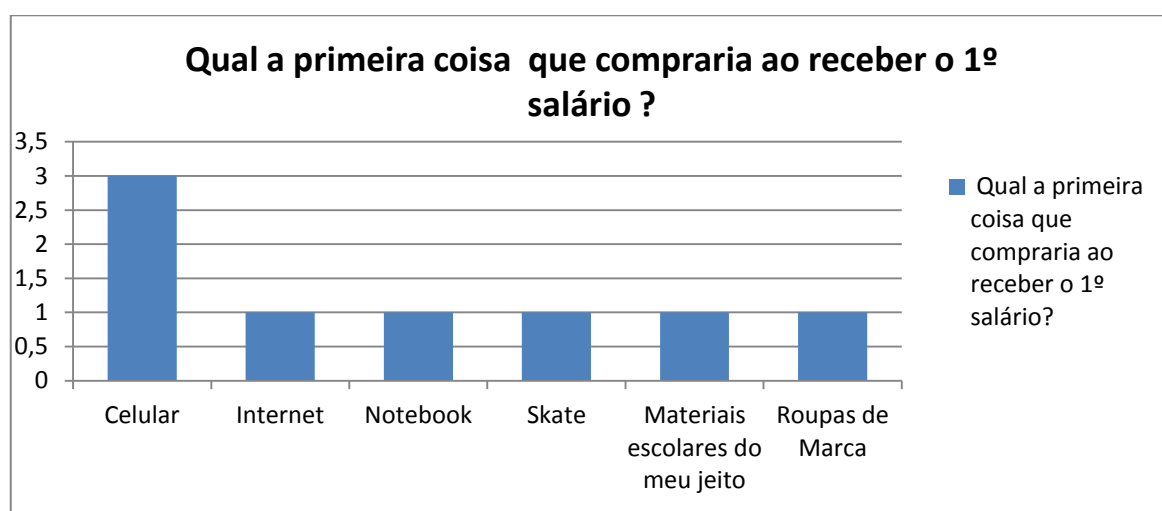


**GRÁFICO 15.** FONTE: A AUTORA (2015)

A pergunta seguinte, sobre o que fariam com o dinheiro, demonstra o duplo aspecto contraditório do capitalismo contemporâneo que está envolto em um discurso de ascensão social: o consumo exacerbado e a acumulação com fins de enriquecimento pessoal. Note-se que as respostas relacionadas a guardar/acumular dinheiro e contraditoriamente, gastar/consumir, aparecem de forma acirrada.

O mesmo sistema de produção que necessita da ideia constante de consumo de mercadorias, como afirma Harvey (2010), pela velocidade cada vez maior do tempo de giro do capital e conseqüente lucro, também é o sistema que introduz a

ideologia da acumulação pelo trabalho, para manter a lucratividade por meio da exploração capital/trabalho. Porém, para os adolescentes empobrecidos, o acesso ao trabalho é “pré-definido” determinado a partir da divisão sócio-técnica que configura a divisão de classes na sociedade capitalista. Ou seja, a ideologia do enriquecimento pelo trabalho converge com as expectativas dos adolescentes na medida em que a posição que lhes é destinada na divisão social do trabalho, na sociedade capitalista, não é exatamente aquela idealizada pelos sujeitos, para o seu futuro. É certo que os limites do processo produtivo incidem fortemente nas contradições de classe presentes na vivência e nas expectativas dos adolescentes entrevistados



**GRÁFICO 16.** FONTE: A AUTORA (2015)

A penúltima pergunta desse bloco também é de suma importância para a pesquisa, porque acreditamos que ela expressa o desejo de consumo mais latente, no imediato. Ela teve a pretensão de identificar qual a primeira coisa que eles comprariam ao receber o primeiro salário.

Confirmando a assertiva de Dreiffus (1996) a respeito da homogeneização do consumo, a tecnologia e os aparelhos eletrônicos aparecem como os mais citados, sejam eles celulares (o “dá hora”, ou seja, o celular mais moderno, o mais inovador) notebook, ou apenas o acesso à internet em casa.

Mesmo a resposta que não faz referência a um produto diretamente associado à tecnologia, por exemplo, a do material escolar (gráfico 16), também se trata de um material escolar especial, pois diferente daquele que os pais podem

oferecer. Este material desejado, é envolto de signos midiáticos, personagens carregados de identidades e que custam o dobro ou mais, do preço daqueles materiais escolares destinados às classes empobrecidas.

Estamos falando de objetos que, em sua maioria, se tornaram “moda”, objetos que através da publicidade transformaram-se em ícones de poder e status. São muito mais do que suas utilidades fins (seus valores de uso), carregam a visibilidade social e por isso existe um preço a pagar, o qual a população mais empobrecida não dispõe mas, por outro lado, sentem-se “invisíveis” se não puderem adquiri-los. Como já dito, na fase da adolescência existe uma necessidade social de homogeneização de hábitos e costumes e, por outro lado, uma necessidade intrínseca de valorização da identidade individual por meio da aceitação grupal e social.



**GRÁFICO 17.** FONTE: A AUTORA (2015)

A última pergunta do bloco Trabalho é relativa ao futuro. É uma pergunta também hipotética de como os adolescentes se enxergam no futuro, daqui a dez anos. As perspectivas apresentadas, como mostra o Gráfico 17, foram bem diversas ainda que muito coerentes com os padrões socialmente aceitos de um futuro “adequado” pra ser “alguém”. Foi citada a atração por carros, expressa pela vontade de possuir um, ou em outra resposta relacionada à carteira de motorista.

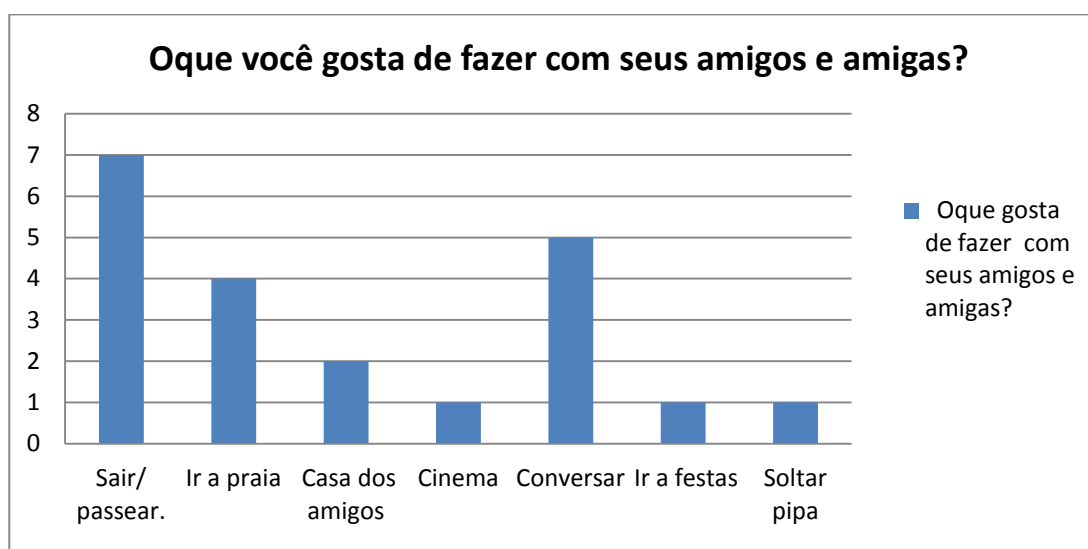
Também sobre a idéia de relacionamentos afetivos, 3 mostraram desejo de estar com alguém no futuro. Outra adolescente afirma que quer estar solteira, porém

com um namorado, o que, apesar da persistência de certo conservadorismo nas perspectivas de vida, pode revelar uma brecha para a incorporação de novos arranjos familiares e relacionamentos sociais nas expectativas futuras da adolescência contemporânea.

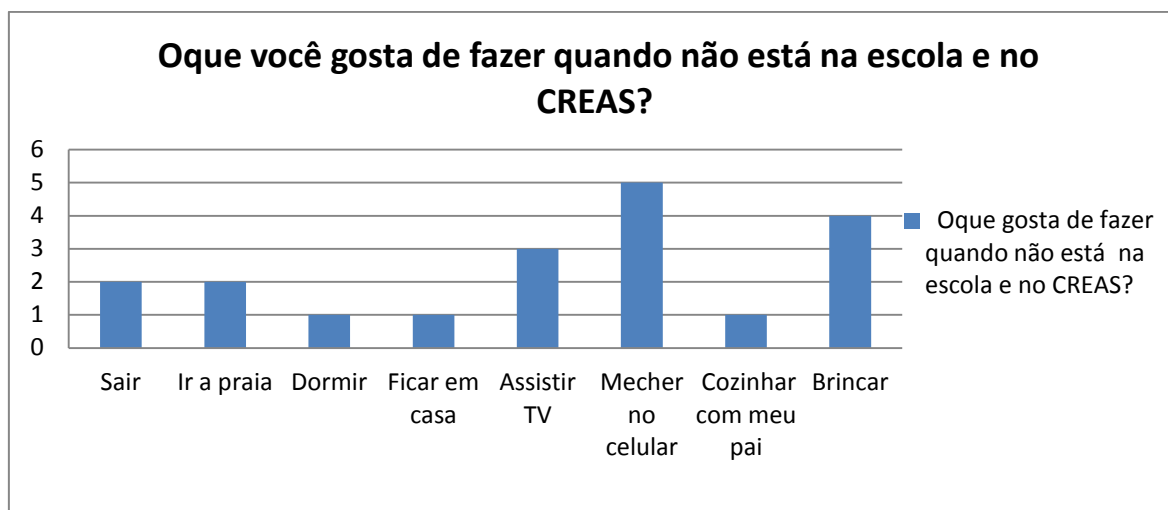
Sobre a educação, 4 se imaginam ingressando na universidade, o que é muito positivo, apesar de que a ampliação de vagas no ensino superior tem ocorrido, em sua maioria, no ensino privado, o qual, quando não é precarizado acaba por endividar as famílias. Os últimos dez anos mudaram radicalmente o imaginário social com relação às expectativas de acesso a universidade, ampliando-as. A expressividade desse desejo nas respostas confirma essas análises.

#### 4.2.4 Contexto Social

Esse bloco de perguntas aborda a socialização dos adolescentes, as suas relações sociais e de consumo. Indaga as suas preferências sociais e o significado dessas relações em suas vidas. As primeiras perguntas esboçam atividades que gostam de fazer em horas vagas. Por exemplo, sobre quais coisas gostam de fazer com os amigos e sobre quais coisas gostam de fazer quando não estão na escola nem no CREAS.



**GRÁFICO 18.** FONTE: A AUTORA (2015)



**GRÁFICO 19.** FONTE: A AUTORA (2015)

No geral, as respostas falam de atividades rotineiras e acessíveis, já que Matinhos é uma cidade pequena e não possui diversidade de atividades culturais, ou seja, existem poucas políticas públicas culturais ou de lazer voltadas para esta faixa etária. Aliás, na primeira pergunta do Gráfico 18, um dos adolescentes que respondeu a atividade cinema, não existente em Matinhos, ainda acrescentou:

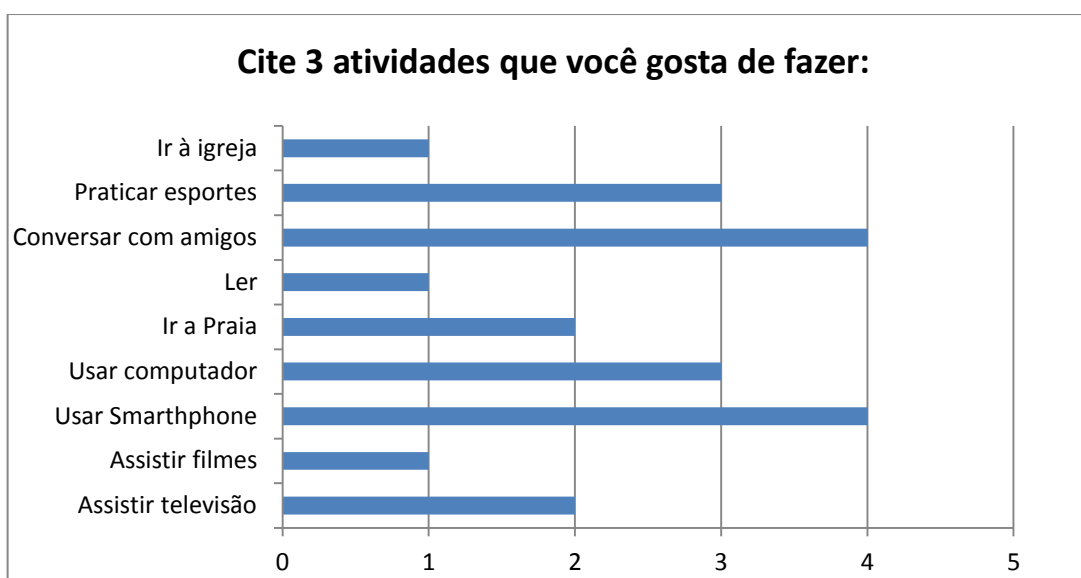
“Gosto de sair, passear. Gosto de ir ao cinema, mais tem coisas que nem todos podem fazer, pois tem que ter dinheiro.” (Adolescente7)

Trata-se do único adolescente que já está inserido no mundo do trabalho. Essa sua fala é emblemática, porque deixa transparecer que algumas atividades de lazer só são acessíveis através de poder aquisitivo e, que aqueles amigos que ainda não trabalham, não contam com o dinheiro necessário para poder acompanhá-lo nessas atividades. Vale ressaltar que, para ir ao cinema, ele deve dirigir-se à Paranaguá, distante 32 km, único município da região do litoral do Paraná que conta com este recurso.

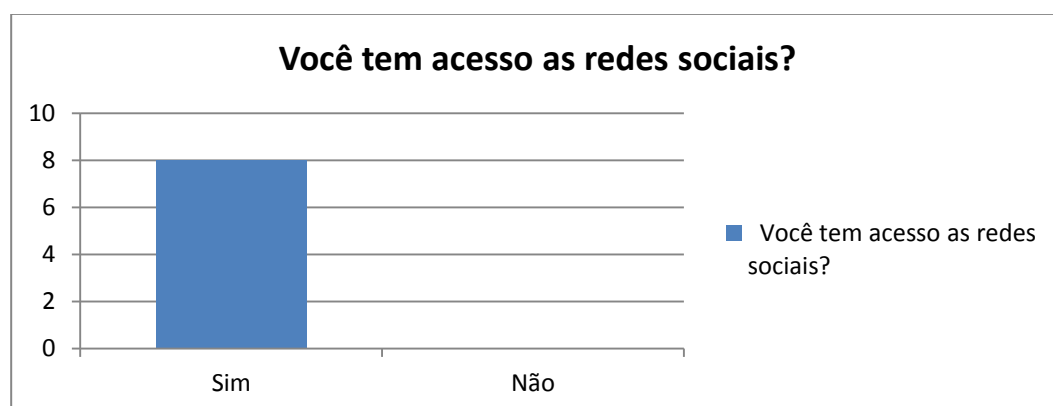
Uma das hipóteses construídas no projeto desse trabalho afirma que os adolescentes do CREAS de Matinhos vêm no consumo, a ideia de inclusão no meio social. É possível identificar, ainda que parcialmente, nesta fala do adolescente7, que de certa forma esta hipótese se confirma, na medida em que só é possível participar de grande parte das atividades culturais ou de lazer, quem pode consumi-las, quem dispõe de um poder aquisitivo para participar dessas atividades. Ou seja, não

bastando uma condição material de vida precária, o município não oferece as mínimas condições de participação coletiva em espaços culturais e de lazer. Neste contexto, certamente que o *sentimento de pertença* fica prejudicado, uma vez que a participação social do sujeito exige-lhe o consumo de bens que deveriam ser oferecidos como direitos sociais, políticos, econômicos e culturais.

Listou-se a seguir atividades que os adolescentes costumam realizar. Nesta questão, eles deveriam apontar as três que mais gostavam. Observou-se que as atividades foram as mais diversas, sendo predominante o uso do “smartphone” e a conversa com os amigos.

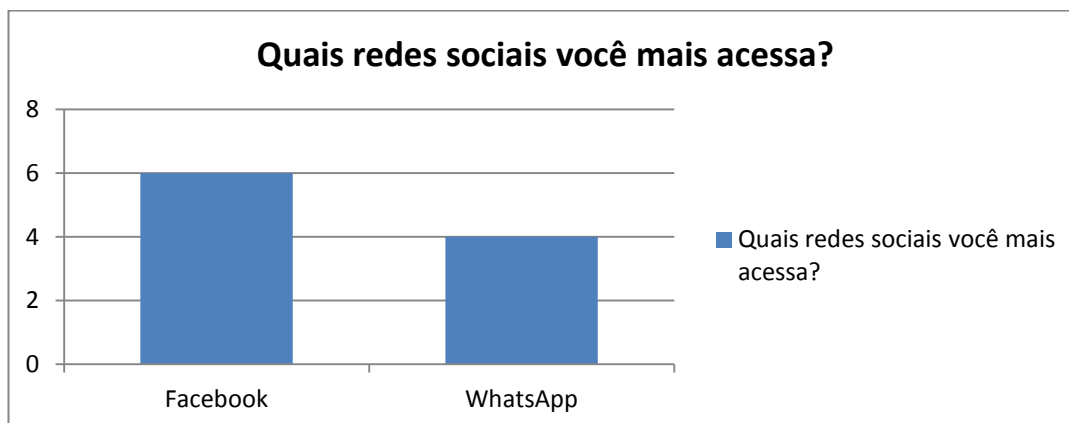


**GRÁFICO 20.** FONTE: A AUTORA (2015)



**GRÁFICO 21.** FONTE: A AUTORA (2015)

A propósito da sociabilidade pela internet, na pergunta: “você tem acesso às redes sociais?”, os 8 adolescentes declararam ter acesso. As mais acessadas são o “Facebook”, citada como preferencial dos jovens, seguida pelo “What’s App”.



**GRÁFICO 22.** FONTE: A AUTORA (2015)

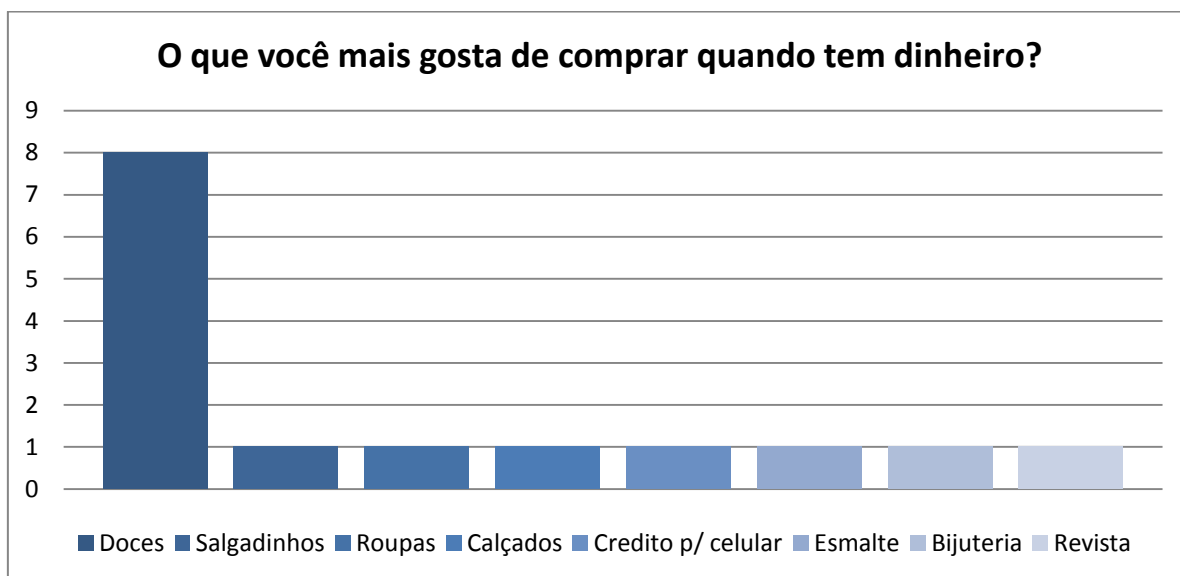


**GRÁFICO 23.** FONTE: A AUTORA (2015)

Quando questionados sobre as coisas que mais os atraem nas redes, as respostas variaram entre “conversar e postar fotos” ou “ver as fotos dos outros”. Isto nos remeteu a afirmativa de Sales, sobre a construção da imagem dos adolescentes, “que desejam visibilidade e não apenas uma visibilidade qualquer, mais uma visibilidade associada à beleza e ao poder” (SALES, 2007, p.29).

As redes sociais são uma grande ferramenta de socialização. Lá, esse adolescente pode criar uma imagem pessoal a partir do seu perfil, da maneira que mais o agrada. Nesse universo eles podem “ser”, mesmo que online, sujeitos de visibilidade positiva, “incluídos”, com chances reais de alcançar o que almejam. Ou

seja, sentem-se “iguais” entre si, mesmo que seja pelos desejos e não pela possibilidade real de concretizá-los.



**GRÁFICO 24.** FONTE: A AUTORA (2015)

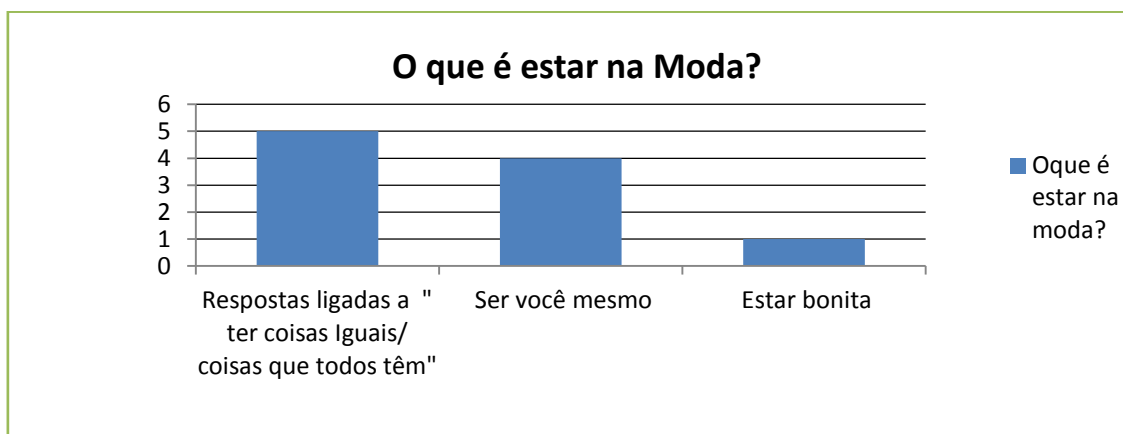
Na sequencia, sentimos certa surpresa com as respostas à pergunta sobre o que mais gostam de comprar quando têm dinheiro e porquê?

Surpreendentemente, todas as respostas trazer o componente doce, entre outras coisas, como algo que mais gostam de comprar quando têm dinheiro. Essa resposta, num primeiro momento pareceu um pouco infantil, mesmo considerando a faixa etária dos entrevistados, que não ultrapassa os 16 anos.

Porém em uma análise mais acurada, chegamos a conclusão que, como se trata de adolescentes de famílias empobrecidas, inclusive 1 de extrema pobreza, o dinheiro a que têm acesso livremente é uma quantia pequena, muito restrita se comparado aos adolescentes de outras frações menos empobrecidas da classe trabalhadora. Como as respostas tratam do cotidiano e não daquilo que sonham, elas expressam a realidade concreta pertinente ao pouco acesso de consumo desses produtos, sobretudo na infância.

Neste sentido, entendemos que as respostas apresentadas confirmam, ao menos parcialmente, nossas hipóteses. Os adolescentes do CREAS de Matinhos, quando questionados sobre suas reais condições socioeconômicas de consumo, ou seja, do real e não das expectativas futuras, deflagram uma disparidade, uma contradição entre a realidade e as expectativas. Em outros momentos durante a

pesquisa, em perguntas relacionadas às expectativas, desejos, ou projetos futuros, isto é, seus sonhos, os mesmos adolescentes apresentam respostas relacionadas a objetos ou estilos de vida que demandam um alto poder aquisitivo, como: carro, casa, celular de ultima geração, bicicleta equipada, entre outros objetos de desejo. Porém, quando se pergunta o que gostam de comprar quando, de fato, têm dinheiro, as respostas (Doces, salgadinhos, roupas, crédito de celular, bijuteria...) revelam suas reais condições sócio econômicas.



**GRÁFICO 25.** FONTE: A AUTORA (2015)

A questão da moda é algo delicado para se perguntar ao adolescente, porque ao mesmo tempo em que ele necessita ser igual ao todo, ele precisa também, ser diferente, ter sua singularidade. As respostas para a pergunta “O que é estar na moda?”, transmitem esta realidade:

“Ser você mesmo e estar bonita.” (Adolescente 1)

“Ter coisas iguais de todos” (Adolescente 2)

“Estar com coisas que todo mundo tá usando. Celular dá hora, roupa de marca” (Adolescente 3)

“Estar bem consigo mesmo, porque a moda muda. Por isso, é importante estar com aquilo que você se sente bem e te traz autoestima” (Adolescente 4)

“É fazer a coisa do momento” (Adolescente 5)

“É ser você mesma, e não o que os outros pensam” (Adolescente 6)

“Não gosto muito, mais é o que todo mundo copia” (Adolescente 7)

“Andar com roupa da moda, de marca, tênis. Escutar músicas legais” (Adolescente 8)

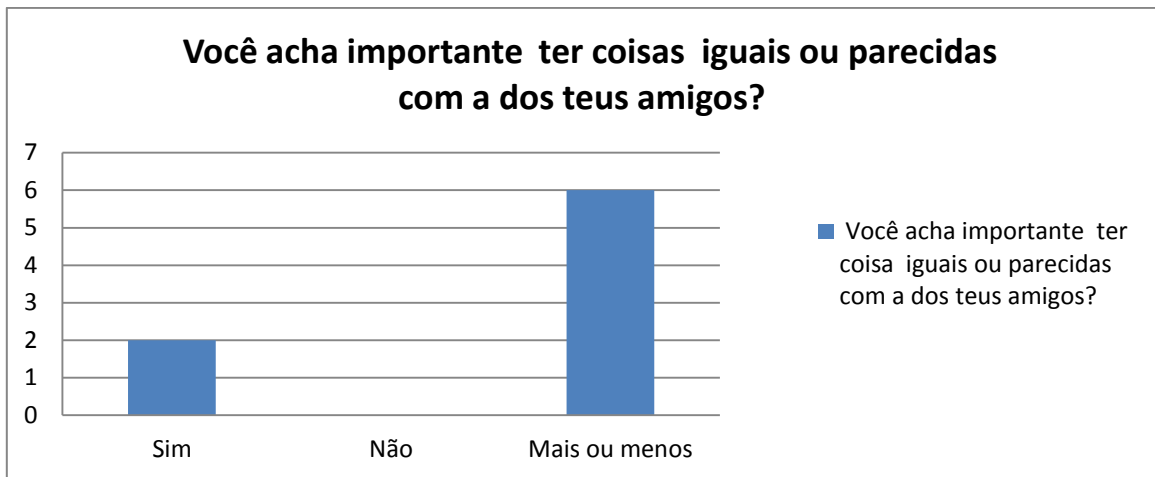


GRÁFICO 26. FONTE: A AUTORA (2015)

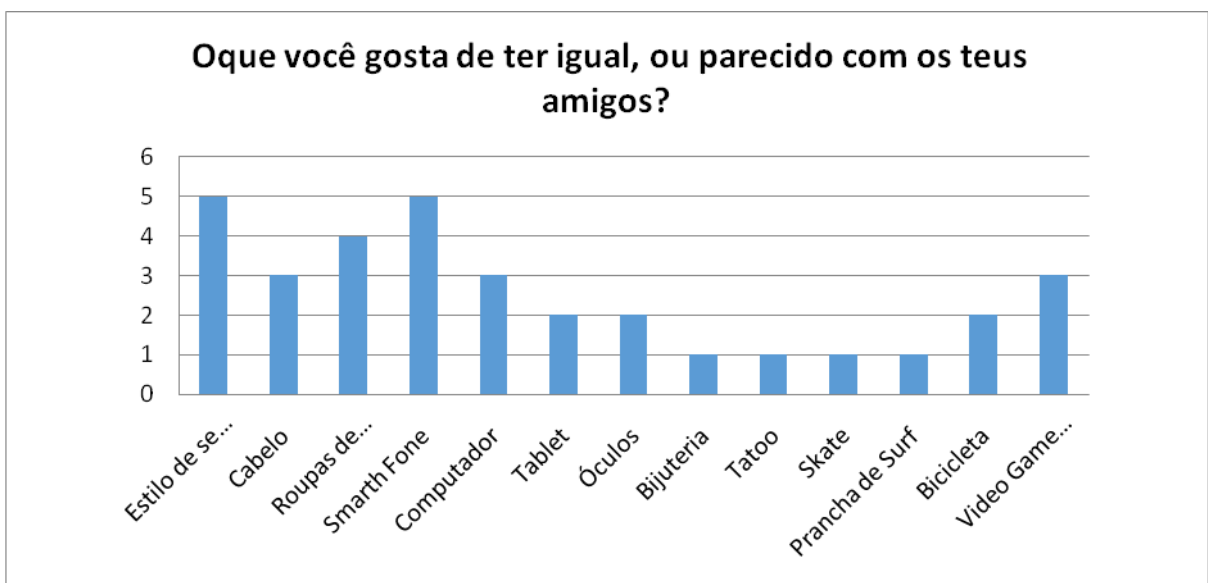


GRÁFICO 27. FONTE: A AUTORA (2015)

As duas outras perguntas, também evidenciam a dialética existente entre *ser igual e ser diferente*. Embora no gráfico 27 esteja evidenciada uma série de objetos que os entrevistados gostariam de ter iguais ou parecidos aos de outros adolescentes (desde objetos eletrônicos, como smarthphone, computador e tablet, até coisas mais pessoais como, estilo de se vestir e cabelo), quando se questiona se é importante ter objetos, iguais ou parecidas ao de seus colegas, a maioria procura valorizar a sua singularidade, ainda que tenhamos clareza de suas necessidades de homogeneização, conforme já sinalizaram Sales (2007), Dreiffus (1996) e Harvey (2010).

- “Sim. Pra ficar bonita e estar na moda”, (Adolescente 1)
- “Mais ou menos, porque dá vontade de ter” (Adolescente 2)
- “Desde que tenha um celular pra falar e uma roupa pra vestir”, (Adolescente 3)
- “Sim, Porque assim não tem desigualdade” (Adolescente 4)
- “É mais ou menos importante, porque nem todo mundo é igual” (Adolescente 5)
- “Não é tão importante. Não gosto de copiar os outros” (Adolescente 6)
- “Não é preciso, mas é legal ter em comum” (Adolescente 7)
- “Não é importante, mas é legal. O modo das pessoas te olharem é diferente. Se te olharem maltrapilho, vão dizer que você é favelado, preto ladrão” (Adolescente 8)

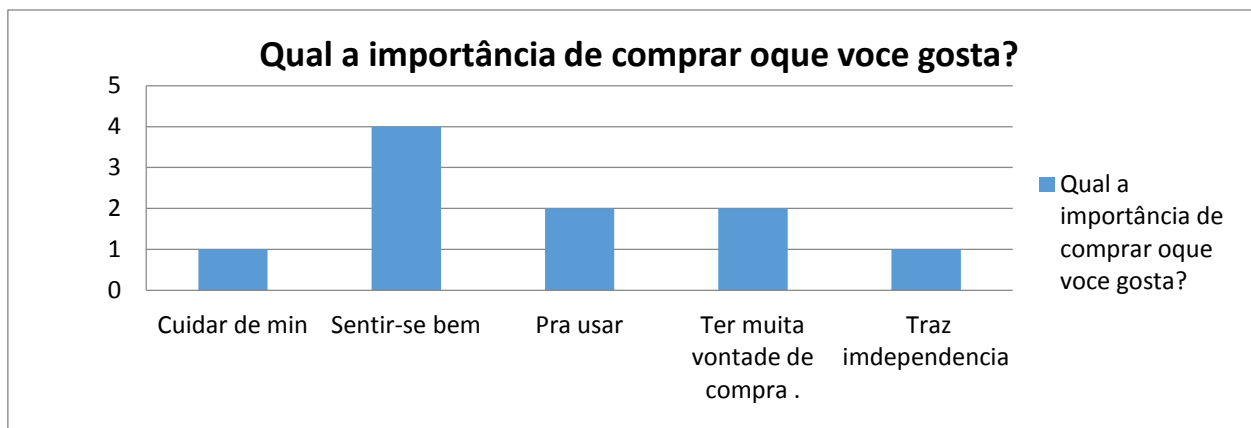
Posto isso, observa-se que em outros momentos eles também citaram que a moda é “estar com coisas que todo mundo tá usando. Celular dá hora, roupa de marca”. Observa-se que são justamente objetos que foram elencando como os de maior desejo para com os pares. Mesmo que alguns se mostrem adversos a “moda”, pensada como homogeneização do consumo, contraditoriamente, desejam objetos “iguais ou parecidos” aos dos jovens em geral.

Veja que na resposta do adolescente 4, ele afirma que “acha sim importante ter coisas iguais ou parecidas com os amigos, pra que não tenha desigualdade”. Esta resposta nos leva a crer que, de fato, alguns dos adolescentes vêm no consumo a ideia de igualdade social. Obter os objetos que dão visibilidade, que todos possuem, os faz se sentir “incluídos”, pertencentes ao todo. A influência da moda e da mídia de alguma maneira influencia essa ideia. Segundo Sales (2007), no caso do adolescente da classe trabalhadora “possuir determinado objeto, denotaria a superação da condição de pobreza, ou, pelo menos, parecer participar de certo padrão diante dos inúmeros impedimentos.” (SALES, 2007, p.133).

A fala do adolescente 8, também corrobora a questão da exclusão via não acesso ao consumo. O estigma social que a população pobre enfrenta assume um caráter classista e étnico-racial, ou seja, as maiores vítimas das violências de segregação do consumo são a população pobre e negra que reside nas grandes periferias brasileiras.

Quando um dos entrevistados diz “o modo das pessoas te olharem é diferente. Se te olharem maltrapilho vão dizer que você é favelado, preto, ladrão”, expõe abertamente a condição de violação que o adolescente pobre sofre diariamente na

sociedade de classe. Além de serem destituídos de possibilidades de meios de prover uma vida digna, com educação de qualidade, expectativas “reais” de futuro, são passíveis de serem “eliminados” social e moralmente, pois não são percebidos como pertencentes à organização social.



**GRÁFICO 28.** FONTE: A AUTORA (2015)

A pergunta “Qual a importância de comprar o que você gosta?” confirma as análises. A resposta mais citada está vinculada ao ‘sentir-se bem’, à auto-estima.

- “Pra consumir e usar” (Adolescente 1)
- “Porque dá uma vontade de comprar”, (Adolescente 2)
- “Pra usar. Pra sentir-se bem.” (Adolescente 3)
- “Isso me faz bem, me traz independência” (Adolescente 4)
- “Cuidar de min. Me sinto bem” (Adolescente 5)
- “Tenho muita vontade compra, não é querer ser metida, quero estar bem” (Adolescente 6)
- “Pra me sentir bem. É tudo que gosto” (Adolescente 7)
- “Não é importante, mas eu gosto de comprar. Isso me satisfaz” (Adolescente 8)

Veja que, o “sentir-se bem”, “estar bem” aparece como o motivo da compra. Apenas em alguns casos é citado “para usar”. Ou seja, o consumo está muito mais ligado ao sentido, à imagem, a pertença, do que a fruição em si do objeto adquirido.

Na busca incessante pelo lucro, o processo produtivo necessita de uma contínua circulação de mercadorias. Este circuito, denominado de rotação do capital ou o tempo de giro do capital, é o que faz com que cada vez mais esse processo de produção, trabalhe com hábitos, desejos e costumes, ao invés da criação de determinado objeto no atendimento de uma necessidade básica.

A vontade de consumir também aparece em outras respostas da pesquisa. Essa “vontade de ter” que adolescentes dizem sentir, não é exatamente algo natural, genuíno, é um desejo construído socialmente, pela sociabilidade da inclusão, pela publicidade e pela ideia da concretização do desejo através do consumo.

De acordo com Santiago (2014) “o ato de consumir passa a ser, então, uma condição de vida...” a partir no momento que só o consumo é capaz de trazer a sensação de satisfação, participação social (SANTIAGO, 2014, p.7).

Perguntamos ainda, quais das coisas que gostariam de comprar, que os pais podem comprar e quais aquelas que teriam de esperar para quando trabalhassem. Obtivemos as seguintes respostas.

O que eles podem me dar agora

- “Roupa, sapato, material escolar” (Adolescente 1)
- “Roupa, celular” (Adolescente 2)
- “Roupa, comida, calçado” (Adolescente 3)
- “Eles podem compra alimentação e vestuário” (Adolescente 4)
- “Alimentação, cosméticos e bijuterias” (Adolescente 5)
- “Comida e roupa. É o que eles podem me dar.” (Adolescente 6)
- “Celular mais baratinho, roupas, materiais. O que é necessário.” (Adolescente 7)
- “Comida” (Adolescente 8)

O que vou ter que esperar para quando trabalhar:

- “Roupa de marca, tênis de marca, celular” (Adolescente 1)
- “Casa, carro”( Adolescente 2)
- “Roupa de marca, carro, casa” (Adolescente 3)
- “Vou ter que esperar para montar meu computador e minha “bike do jeito que eu quero” (Adolescente 4)
- “Um carro e um quarto só meu” (Adolescente 5)
- “Ter minha casa, minhas próprias coisas”(Adolescente 6)
- “O celular que eu quero e o “Playstation”” (Adolescente 7)
- “Vou ter que esperar para ter **tudo** o que eu quero.” (Adolescente 8)

As respostas, mais uma vez indicam um antagonismo entre o real e as aspirações, pois os objetos que os pais podem comprar, em sua grande maioria, são objetos de necessidade básica, como comida, roupa, material escolar (grande parte inclusive, distribuído pela escola) e o celular mais barato.

Porém, em termos de expectativas, os adolescentes demonstram almejar realidades sócio-econômicas bem mais ampliadas. Suas expectativas, seus sonhos,

vislumbram a possibilidade de adquirir bens de consumo mais sofisticados quando estiverem participando do mercado de trabalho: o celular de última geração, o carro, a casa, o “Playstation”, roupa de marca e até mesmo “tudo”, opondo-se a atual realidade familiar que, muitas vezes, somente pode sustentar suas necessidades básicas.

A última pergunta da pesquisa busca resgatar a definição do que é ser pobre e o que é ser rico para os adolescentes. Eles dizem que,

Ser rico é:

- “Ter muito dinheiro, muitas coisas” (Adolescente 1)
- “Ter tudo do melhor. Celular dá hora, carro importado” (Adolescente 7)
- “É a pessoa que se acha só porque tem tudo, porque tem dinheiro.” (Adolescente 2)
- “Ter bastante dinheiro” (Adolescente 3)
- “Ter a consciência limpa e ter o que te faz feliz” (Adolescente 4)
- “É querer e poder tudo” (Adolescente 6)
- “Metido, filhinho de mamãe” (Adolescente 5)
- “É ter tudo o que quiser” (Adolescente 8)

Ser pobre é:

- “Quando não tem condições de comprar” (Adolescente 1)
- “Passar necessidade. Comer mau, vestir mau. Difícil de comprar as coisas”. (Adolescente 7)
- “Não pode ter tudo o que quer” (Adolescente 2)
- “É mais legal, não ser metido a besta. Não tem dinheiro”. (Adolescente 3)
- “É ser feliz” (Adolescente 4)
- “É economizar e quando tiver, daí comprar” (Adolescente 6)
- “Sempre estar atrás das coisas pra ficar melhor” (Adolescente 5)
- “É ter que economizar e não poder comprar as coisas que você quer” (Adolescente 8)

Estes adolescentes têm absoluta clareza do que é ser pobre e rico em uma sociedade desigual como a nossa. Eles compreendem que, de fato, existe uma divisão de classes sociais definidas pelo poder aquisitivo. Pelas respostas apresentadas, alguns demonstram uma admiração pelos mais ricos, porque “eles sim podem ter aquilo tudo que acham legal”, que gostariam de ter.

Outros, pelo mesmo motivo, demonstram um certo desafeto, uma indignação por aqueles que têm condições de vida melhores. Mas, independente da reação, do sentimento de indignação, o fato de que “os ricos” terem acesso a tudo aquilo que eles gostariam de ter, como foi demonstrado nas respostas anteriores, permanece

como distinção de classe.

Embora tenham consciência de sua condição de pobreza, na medida em que sabem que não têm aquilo sonham, isso não impede que suas expectativas de consumo sejam incompatíveis as suas realidades sócio-econômicas. Entendemos que esta contradição não se apresenta somente entre os adolescentes, mas sim, para boa parcela da população, pois não conseguem fazer uma relação entre a pobreza e a desigualdade social com o processo produtivo capitalista.

Os adolescentes do CREAS de Matinhos fragmentam esse processo e encontram no consumo, isoladamente, a ideia de inclusão social e igualdade. Desta forma, criam uma expectativa de ascensão a partir da melhoria do padrão de consumo, esquecendo-se (ou porque não conhecem) que esse sistema produtivo não lhes proporciona isso, ao contrário, o consumo ou o maior poder de compra, não é capaz de garantir uma equidade, ele pertence a um processo maior, ao processo de produção capitalista. E, reafirmamos que as relações sociais de produção capitalista aumentam a pobreza e a desigualdade social uma vez que, quanto maior o consumo, maior a produção, maiores os lucros para os capitalistas, pois são elementos de um processo único relacionados entre si.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, procuramos conhecer os adolescentes do CREAS de Matinhos/PR e entender as contradições existentes em suas expectativas de consumo e suas reais possibilidades de inserção no mercado de consumo.

Trata-se de adolescentes pertencentes às famílias da classe trabalhadora, que dentro do processo produtivo são historicamente excluídos e destituídos de seus direitos. Participam na sociabilidade capitalista e sofrem influências midiáticas assim como qualquer sujeito, porém, dificilmente, têm “vida fácil” ou acesso aos produtos publicizados pela mídia.

Os dados revelam que permanece a centralidade do trabalho na vida dos adolescentes, aparecendo intimamente vinculado à educação. Eles vêm na escola um meio de alcançar melhores expectativas de vida, um trabalho melhor, porém, tratando-se de adolescentes empobrecidos, a inserção no mundo do trabalho se impõe desde cedo. Estas expectativas, então, esbarram nos interesses do capital, pois as condições ofertadas para o estudo, limitam-se a uma educação para o trabalho e não como forma de autonomia e emancipação humana.

Essa educação sequer consegue promover esse “trabalho melhor”, uma vez que para o adolescente que tem que laborar para sobreviver, concluir o ensino médio é um desafio enorme, que dirá do acesso e permanência ao ensino superior. Além disso o acesso ao trabalho é pré-definido, determinado a partir da divisão sócio-técnica que configura a divisão de classes na sociedade capitalista. Ou seja, as expectativas dos adolescentes convergem com a realidade, na medida em que a localização que lhes é destinada na divisão social do trabalho, na sociedade capitalista, não é exatamente aquela com as quais esses sujeitos idealizam para o seu futuro. No entanto, o que acontece é uma inversão de culpados, instaura-se uma ideologia de meritocracia, como se a responsabilidade pela condição de “vulnerabilidade” socioeconômica fosse fruto da incapacidade do indivíduo.

É claramente compreensível o fascínio que o trabalho, e conseqüente, o dinheiro vai exercer sobre os sujeitos pesquisados, tendo em vista a necessidade de possuí-lo quando se pertence à classe trabalhadora em uma sociedade que não garante direitos e que faz do dinheiro a medida pra todas as coisas, inclusive da vida. Porém, o dinheiro aqui, mostra-se importante pelas coisas que advém dele, ou

seja pelo poder de compra, adquirido através dele. Em muitas respostas o dinheiro, aliado ao trabalho, será o elemento primordial, para o acesso a obtenção dos objetos de desejo, que carregam consigo identidade, imagem, poder.

A conclusão a que chegamos, através da pesquisa realizada, é que as expectativas de consumo dos adolescentes do CREAS de Matinhos- PR, não coincidem com as suas realidades sócio econômicas. Trata-se de famílias empobrecidas, que possuem um restrito poder de compra. Porém, os mecanismos disseminados pela mídia, como a publicidade, a moda e todo um modo de produção e reprodução da vida social, seduzem e criam desejos artificiais, manipulados pela ideia da concretização do consumo, pautado na lógica lucrativa e especulativa do capital. Embora tenham consciência de sua condição de pobreza, isso não impede que suas expectativas de consumo, ainda assim, sejam compatíveis com as suas realidades sócio econômicas.

Também acreditamos que os adolescentes do CREAS de Matinhos- PR vêm no consumo a ideia de inclusão social, equidade. Na sociedade contemporânea capitalista, os adolescentes pauperizados são invisibilizados, visto que tratamos de um sistema extremamente excludente, que só reconhece o “ser” a partir do “ter”. Desta forma, o consumo passa ser cada vez mais percebido como um espaço de afirmação e de reconhecimento para os adolescentes. Eles entendem que possuir esses objetos promoverá uma visibilidade positiva em suas relações sociais, ampliando também as chances de sentirem-se “incluídos”, isto é, “iguais” socialmente.

Assim, sinalizamos a importância de entender o processo de produção capitalista, para desvelar as relações sociais de desigualdade existentes. Os adolescentes do CREAS de Matinhos, assim como boa parcela da população, fragmentam esse processo, não conseguem fazer uma relação entre a pobreza e a desigualdade social com o processo produtivo capitalista e encontram no consumo, isoladamente, a ideia de inclusão social e igualdade. Desta forma, criam uma expectativa de ascensão a partir da melhoria do padrão de consumo, esquecendo-se (ou porque não conhecem) que esse sistema produtivo não lhes proporciona isso, ao contrário, o consumo ou o maior poder de compra, não é capaz de garantir uma equidade, ele pertence a um processo maior, ao processo de produção capitalista. E, reafirmamos que as relações sociais de produção capitalista aumentam a pobreza

e a desigualdade social uma vez que, quanto maior o consumo, maior a produção, maiores os lucros para os capitalistas, pois são elementos de um processo único relacionados entre si.

Essa grande valorização do “consumo” torna-se apenas mais uma estratégia do capitalismo para comprimir, ainda mais, o tempo de giro do Capital, pois sejam quais forem os “meios”, eles culminam sempre no mesmo fim. Como nos diz Dreiffus (1996),

Presos estamos nos chifres do dilema, se queremos bem-estar humanamente correto: reformular[emos] o modo de produzir, reconfigurando as relações de produção através de colossal esforço de reengenharia societária, com inevitáveis desdobramentos conflitivos, ou continuar[emos] com as atuais reformatações das formas de produção e gestão, através de brutais desarranjos sociais e incomensuráveis consequências (DREIFFUS, 1996, p.337).

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993. Lei orgânica da assistência social (LOAS). **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, 1993.

———. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Política Nacional de Assistência Social (PNAS)**. Brasília: MDS\SNAS, 2004.

———. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. CREAS Em: <<http://www.mds.gov.br/assistenciasocial/protecaoespecial/creas>> Acesso em : 03 Nov. 2014.

———. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Tipificação Nacional de Serviços Socioassistenciais**. Brasília, DF. 2009.

CARVALHO, Valéria Cabral & GERBER, Luiza Maria Lorenzini. **O SUAS em perspectiva**. Pg8. <<http://movec.amavi.org.br/sistemas/pagina/setores/associal/arquivos/ArtigoOSuasEmPerspectiva.pdf>>. Acesso em: 31 Jan. 2013.

DREIFUSS, René Armand. **A época das perplexidades: mundialização, globalização e planetarização: novos desafios**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

FRIGOTO, Gaudêncio. Juventude, ..... .In: NOVAES. R.; VANNUCHI. P.,(Org.). **Juventude e Sociedade: trabalho, educação, cultura e participação**. 1 ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à Pesquisa Científica**. Campinas (SP): Alínea, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 19 ed. São Paulo: Loyola, 2010.

MAX, Karl. **Contribuição à Crítica da Economia Política**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MEIRELLES, Gisele Ávila Leal de. **Trabalho e Questão Social no Brasil Contemporâneo Para Além dos Indicadores**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Serviço Social, Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Rio de Janeiro, 2014.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 33 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

NETTO, José Paulo; BRAZ, Marcelo. **Economia Política: uma introdução crítica**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2012.

OUTEIRAL, José. **Adolescer**. 3 ed. Rio de Janeiro: Reviver, 2008.  
RODOLSKI, Roman. *Gênese e estrutura de O Capital de Karl Marx*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

ROSA, Elizabete Terezinha Silva. **A centralidade da família na política de assistência social**. In: I CONGRESSO INTERNACIONAL DE PEDAGOGIA SOCIAL, 1, 2006, Universidade de São Paulo. Em: <[http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=MSC0000000092006000100011&lng=en&nrm=abn](http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC0000000092006000100011&lng=en&nrm=abn)>. Acesso em: 01 Nov. 2014.

SANTOS, Cláudia Mônica. **Na prática a teoria é outra? mitos e dilemas na relação entre teoria, prática, instrumentos e técnicas no Serviço Social**. Rio de Janeiro: Lumem Juris, 2013.

SALES, Mione Apolinario. **(In)visibilidade perversa: adolescentes infratores como metáfora da violência**. São Paulo: Cortez, 2007.

SANTIAGO, Érica Maria. **Um espectro ronda os shoppings brasileiros: apontamentos sobre o fenômeno "Rolezinho"**. In: XIV Encontro Brasileiro de Pesquisadores em Serviço Social (ENPESS). Natal. Anais do XIV ENPESS. Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN/ABEPSS: Natal, 2014.

## APÊNDICES

### Apêndice 1

#### QUESTIONARIO APLICADO JUNTO AOS ADOLESCENTES DO CREAS DE MATINHOS

##### 1. DADOS PESSOAIS

- 1.1. Nome: \_\_\_\_\_
- 1.2. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino
- 1.3. Rede de ensino: ( ) Publica ( ) Privada
- 1.4. Idade: \_\_\_\_\_
- 1.5. Cidade onde nasceu: \_\_\_\_\_
- 1.6. Identidade Étnica:
- ( ) Branca
  - ( ) Negra
  - ( ) Pardo
  - ( ) Índio
  - ( ) Outro Qual? \_\_\_\_\_
- 1.7. Escolaridade do pai: \_\_\_\_\_
- 1.8. Escolaridade da mãe: \_\_\_\_\_
- 1.9. Profissão do pai: \_\_\_\_\_
- 1.10. Profissão da mãe: \_\_\_\_\_
- 1.11. Quantas pessoas moram na sua casa? \_\_\_\_\_
- 1.12. Em que faixa está a sua renda família? \* Valor do salário mínimo nacional = R\$ 788,00
- ( ) Até 1 salário mínimo
  - ( ) De 2 a 3 salários mínimos
  - ( ) De 4 a 5 salários mínimos
  - ( ) Acima de 6 salários mínimos

##### 2. CONTEXTO ESTUDANTIL

- 2.1. Você gosta de estudar? ( ) Sim ( ) Não ( ) As vezes
- 2.2. O que você mais gosta na escola?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- 2.3. O que você menos gosta na escola?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- 2.4. Você acha que estudando a tua vida vai melhorar? ( ) Sim ( ) Não
- Caso Sim, responda a pergunta 2.4.1.

2.4.1. Diga em que a tua vida vai melhorar a partir dos estudos

---

---

---

2.5. Qual profissão você pretende seguir? \_\_\_\_\_

2.6. Você pensa nesta profissão porque gosta ou porque pode ganhar mais dinheiro?

---

---

2.7. Neste momento, você gostaria de trabalhar? ( ) Sim ( ) Não

Caso Sim, responda as perguntas de 2.7 a 2.12. Caso Não, passar para o Bloco 3.

2.8. Em que você gostaria de trabalhar? \_\_\_\_\_

2.9. Aonde você gostaria de trabalhar? \_\_\_\_\_

2.10. Porque você gostaria de trabalhar?

---

---

2.11. O que você faria com o dinheiro que ganhasse?

---

---

2.12. Qual a primeira coisa que você compraria quando recebesse o primeiro salário? \_\_\_\_\_

2.13. O que você acha que estará fazendo daqui a dez anos?

---

---

### 3. CONTEXTO SOCIAL

3.1. O que você gosta de fazer quando está com os seus amigos e com as suas amigas?

---

---

---

---

3.2. Quais atividades você mais gosta de fazer quando não está na escola ou no CREAS?

---

---

---

3.3. Das diversões abaixo, cite as 3 que você mais gosta?

( ) Assistir televisão

( ) Assistir filmes

( ) Teatro

( ) Smarth Fone

- ( ) Computador
  - ( ) Tablet
  - ( ) Ir à praia
  - ( ) Ler
  - ( ) Conversar com amigos
  - ( ) Praticar Esportes
  - ( ) Dançar
  - ( ) Ir à Balada
  - ( ) Outro (s) Qual (ais)?
- 
- 

3.4. Você tem acesso às redes sociais? ( ) Sim ( ) Não

Caso Sim, responda a pergunta 4.5. e 4.6

3.5. Qual (ais) redes sociais você mais acessa? \_\_\_\_\_

3.6. O que você mais gosta nas redes sociais?

---

---

---

3.7. O que você mais gosta de comprar quando tem dinheiro? Porquê?

---

---

---

3.8. Para você, qual é a importância de comprar o que você gosta?

---

---

---

---

3.9. Para você, o que é estar na moda?

---

---

---

3.10. O que você gosta ter iguais ou parecidas com a dos teus amigos?

- ( ) Estilo de se vestir, (calça skin, tênis modelo de marcas...)
- ( ) Cabelo
- ( ) Roupas de Marcas
- ( ) Smarth Fone
- ( ) Computador
- ( ) Tablet
- ( ) Óculos
- ( ) Bijuteria
- ( ) Tãto
- ( ) Skate
- ( ) Prancha de Surf

( )Bicicleta

( )Video Game (Play Station , X box,...)

3.11. Você acha importante ter coisas iguais ou parecidas com a dos teus amigos? Porquê?

---

---

---

3.12. O que você acha que é ser rico ou pobre?

---

---

---

3.13. Das coisas que você gostaria de comprar, qual aquela que teus pais podem comprar e qual aquela que você vai ter que esperar para quando trabalhar?

---

---

---

---

3.14. Para você, qual é a coisa mais importante que um adulto deve ter? Porquê?

---

---

---

Muito Obrigada!

## Apêndice 2



Ministério da Educação  
Universidade Federal do Paraná  
Setor Litoral



### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Com a finalidade de conclusão do curso de Graduação em Serviço Social, eu **Taiane Sousa Azevedo**, estou realizando uma pesquisa com o tema “UMA ANÁLISE DAS CONTRADIÇÕES DO PROCESSO DE PRODUÇÃO CAPITALISTA, A PARTIR DAS EXPECTATIVAS DE CONSUMO DOS ADOLESCENTES PARTICIPANTES DAS OFICINAS NO CREAS DO MUNICÍPIO DE MATINHOS – PR” com a orientação da professora Gisele Ávila Leal de Meireles.

O adolescente \_\_\_\_\_, sob sua responsabilidade, está sendo convidado como voluntário da pesquisa através da participação em um questionário, como forma de recolher os dados pretendido.

Nesta pesquisa, pretendemos identificar as expectativas de consumo, as implicações e as influências da TV, radio e outros mídias sobre o adolescente, buscando compreender os seus conflitos e problemáticas vividas no cotidiano pela relação com esse consumo na sociedade capitalista.

A participação desta pesquisa é voluntária. Ele será esclarecido (a) em qualquer aspecto que desejar e caso precise em algum momento, desistir deste consentimento, o (A) Sr. (a), como responsável pelo menor, poderá retirar seu consentimento a qualquer momento. Esta pesquisa não oferece risco para o (a) participante e o (a) mesmo (a). O seu filho não será identificado em nenhuma publicação.

A pesquisa contribuirá na compreensão da relação desses adolescentes com a dita “sociedade de consumo”, mas também, na qualificação do planejamento, do atendimento e da avaliação do processo socioeducativo dentro do CREAS e da sociedade em geral.

Os resultados estarão à sua disposição quando finalizada. Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável, por um período de 5(cinco) anos, e após esse tempo serão destruídos. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida ao Sr. (a)

EU, \_\_\_\_\_, portador (a) do documento de Identidade \_\_\_\_\_, responsável por \_\_\_\_\_, fui informado (a) dos objetivos do presente estudo e autorizo sua participação nessa pesquisa.

Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Matinhos, \_\_\_ de \_\_\_ de 2015.



Ministério da Educação  
Universidade Federal do Paraná  
Setor Litoral



---

Assinatura do (a) Responsável

---

Taiane Sousa Azevedo  
Pesquisadora.

---

Gisele Ávila Leal de Meireles  
Professora Orientadora.

A pesquisadora se coloca a disposição para qualquer eventual dúvida, desconforto ou dificuldade, através do telefone (41) 9166-5083 ou do email [taiane.s.az@gmail.com](mailto:taiane.s.az@gmail.com) a qualquer momento.

---

Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral  
Rua Jaguariaíva, 512 | Matinhos/ PR | CEP 83260-000  
41 3511-8300 | [www.litoral.ufpr.br](http://www.litoral.ufpr.br)