

Consumir para ser: reflexões sobre consumo e adolescência a partir de prática de extensão

Gabriela Franco de Almeida¹

Brenda Lauren Vaz de Lima²

Cibele Ferreira de Oliveira³

Ana Flávia Noboli⁴

Tatiana Lopes Rocha⁵

Larissa Guimarães Martins Abrão⁶

Resumo

O projeto de extensão “Consumo e identidade na adolescência” contemplado pelo PAEx/UEMG e realizado ao longo de 2016, é vinculado ao curso de Psicologia da Universidade Estadual de Minas Gerais – unidade Ituiutaba e objetivou discutir com o público adolescente sobre influências sofridas na construção da identidade e no processo de consumo. A justificativa centra-se em dois pilares: a extensão enquanto uma ferramenta de desenvolvimento para a formação do aluno de graduação e a relevância do tema proposto diante da realidade social dos adolescentes. O excessivo consumo é parte importante da realidade social da contemporaneidade e, por isso, faz-se urgente a promoção de reflexões sobre as práticas consumistas entre os jovens na tentativa de conscientizá-los sobre o quanto sua formação identitária é marcada pela necessidade de inserção num grupo de consumo. O projeto atingiu uma escola pública e uma escola privada de Ituiutaba. Ao todo, dezenove turmas de ensino médio foram atingidas. Três encontros com oficinas lúdicas foram realizados em cada turma e, em cada encontro, abordou-se principalmente um tipo específico de consumo: produtos/marcas, tecnológico e ideológico e, por último, o consumo de substâncias psicoativas. O bom envolvimento com as atividades e as falas levantadas em cada oficina demonstraram que, de forma geral, os adolescentes conseguiram pensar de forma crítica sobre as próprias escolhas de consumo.

Palavras-chave: consumo, identidade, adolescência, extensão.

¹Mestre em Ciências da Saúde –UFU; professora da UEMG-Ituiutaba e orientadora do projeto.

²Graduanda em Psicologia e bolsista do projeto.

³ Graduanda em Psicologia

⁴ Graduanda em Psicologia

⁵ Graduanda em Psicologia⁶¹¹

⁶Doutora em Psicologia pela Unb; professora da UEMG-Ituiutaba e co-orientadora do projeto.

1. Introdução

A adolescência é uma fase marcada, especialmente, pela transição entre a infância e a vida adulta, envolvendo a construção da identidade pessoal e mudanças corporais (PAPALIA, OLDS, FELDMAN, 2006). Ser adolescente significa estar em movimento rumo à vida adulta, mas carregando, em alguma medida, o luto da infância que se manifesta juntamente com uma especificidade: não ser mais criança e ainda não ser um adulto (SCHOEN-FERREIRA, AZNAR-FARIAS, SILVARES, 2003).

É na adolescência que o processo de construção da identidade pessoal fica muito evidente. A construção de si significa, muitas vezes, um afastamento dos pais e/ou responsáveis, isto é, um confronto aos costumes e padrões estabelecidos através dos primeiros laços, para o estabelecimento de um grupo para além do núcleo familiar ou do grupo pré-estabelecido pelos pais e cuidadores (PAPALIA, OLDS, FELDMAN, 2006).

A escolha do grupo representa, muitas vezes, uma sensação de liberdade para o adolescente: a partir da sua identificação com um grupo ele passa a atuar, ou pelo menos tem a sensação que atua, em alguma medida, de forma separada dos valores, costumes e hábitos do ambiente doméstico. O que muitas vezes não aparece de forma clara para o adolescente é que sua pertença ao grupo social só é consolidada a partir de certa adequação aos próprios costumes do grupo (SCHOEN-FERREIRA, AZNAR-FARIAS, SILVARES, 2003).

Os adolescentes, frente à escolha do grupo de amigos, tendem a escolher amizades que sejam como eles próprios, influenciando-se mutuamente e tornando-se mais parecidos através do compartilhamento de valores e comportamentos, inclusive o comportamento de consumo (PAPALIA, OLDS, FELDMAN, 2006). Assumir um estilo partilhado dentro de um grupo, então, tem implicações em várias formas de consumo: o consumo ideológico, o consumo de marcas específicas de roupas, calçados e outros acessórios, o consumo de tecnologias e, também, o consumo de álcool e outras drogas (MANCEBO et al., 2002).

Duas outras características merecem destaque na adolescência por influenciarem no estabelecimento de um estilo de consumir. Primeiramente, as conquistas amorosas envolvem a escolha de determinados programas, como frequentar festas *pagas* e outros locais de lazer, bem como o consumo de roupas, acessórios e, especialmente, o consumo tecnológico. A segunda característica é o estabelecimento de uma nova relação

com o dinheiro, seja porque os pais e/ou responsáveis o viabiliza, ou pela conquista do primeiro emprego, tornando-se, nas duas opções, um consumidor direto (SALES, 2005).

Portanto, a construção da identidade na adolescência aparece ligada ao processo de consumir: é necessário consumir para *ser alguém e pertencer* a um grupo social (PAPALIA, OLDS, FELDMAN, 2006). Nesse sentido, o presente projeto atuou discutindo com o público adolescente a respeito das influências sofridas no processo de consumir e objetivou promover uma discussão reflexiva com jovens do ensino médio de uma escola pública e uma escola privada da cidade de Ituiutaba.

A justificativa do desenvolvimento deste projeto centra-se em dois pilares fundamentais: a extensão enquanto uma ferramenta de desenvolvimento de competências fundamentais para a formação do aluno de graduação e a relevância do tema proposto diante da realidade social dos adolescentes. Nesse sentido, entendemos que a relevância do projeto relaciona-se à notória questão do excessivo consumo, que é parte importante da realidade social da contemporaneidade e, por isso, faz-se urgente a promoção de reflexões sobre as práticas consumistas entre os jovens, na tentativa de conscientizá-los sobre o quanto sua formação identitária é marcada pela necessidade de inserção num grupo de consumo.

Este projeto está centrado nas diretrizes da Extensão proposta pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) no sentido de se dispor ao enfretamento de questões sociais da vida contemporânea e é possível relacioná-lo, especialmente, ao Programa de Extensão “Direitos das crianças e dos adolescentes” e ao Programa de “Educação Integral”. Desse modo, além de ligar-se às propostas mais amplas empreendidas pela UEMG como um todo, este projeto permite ao extensionista integrar o tripé ensino, pesquisa e extensão, na medida em que possibilita a aplicação prática de conhecimentos desenvolvidos dentro de algumas disciplinas - como Psicologia Social e do Desenvolvimento, por exemplo - e apura o olhar crítico do aluno sobre a realidade social, ferramenta também necessária para a formação do estudante que atua em pesquisa e extensão.

A partir do referencial teórico é possível perceber o quanto o processo de construção de si, marca da adolescência, está associado ao consumo: para ser alguém é necessário consumir. O consumo, aqui, é tomado como um processo amplo e este projeto pretende discutir em sua prática com adolescentes não apenas sobre as *funções* do consumo de produtos e marcas específicas, mas também sobre as *funções* do consumo ideológico, tecnológico e de substâncias, como o álcool e outras drogas.

Na tentativa de oportunizar um espaço reflexivo sobre as escolhas do processo de construção de si, bem como a respeito das escolhas no processo de consumo, objetiva desconstruir a naturalização com que tais adolescentes consomem, demonstrando, assim, a importância de se tomar a construção de sua própria identidade, bem como o consumo como processos conscientes.

Quando o consumo se dá de forma não consciente, especialmente o consumo de álcool e outras drogas e o consumo ideológico e tecnológico, viabilizam uma série de prejuízos para o adolescente e para as pessoas à sua volta, prejuízos que se estendem, inclusive, em formato de violência e criminalidade (VIEIRA et al., 2007), o que também liga o projeto à uma perspectiva de prevenção.

Portanto, pensando nas várias práticas possíveis da Psicologia no sentido de amparo ao desenvolvimento, o presente trabalho, aprovado com bolsa pelo Programa de Apoio à Extensão da UEMG, funda-se na necessidade de caminharmos no entendimento dos processos de formação da identidade do adolescente e superação da violência. Através dos resultados do projeto e da devolutiva às escolas onde foram realizadas as atividades, visualizam-se caminhos favoráveis para a integração de conhecimentos teóricos e práticos, para a quebra de paradigmas e para o desafio de alcançarmos à comunidade de uma forma mais eficiente.

2. Objetivos

O objetivo principal do projeto foi a criação de um espaço de discussão a fim de oportunizar a reflexão dos adolescentes de Ensino Médio de escolas da cidade de Ituiutaba a respeito da construção de sua identidade e da participação do consumo nesse contexto.

3. Método

Quanto à metodologia da intervenção junto às escolas propriamente, a proposta inicial foi a realização de três encontros em cada sala de ensino médio do período matutino, com duração de cinquenta minutos cada um, a fim de discutir através de atividades lúdicas a temática do projeto, isto é, o consumo e a sua relação com a construção da identidade na adolescência.

As oficinas lúdicas foram construídas em reuniões de discussão teórica entre a equipe executora (composta pelas professoras proponentes e quatro alunas do curso de Psicologia), sendo criadas a partir da intenção de se trabalhar, em um dos três encontros, a respeito de um tipo de consumo, a saber: consumo de bens materiais, consumo tecnológico e ideológico e consumo de substâncias psicoativas. A proposta de intervenção será melhor explicitada abaixo, juntamente com os resultados.

4. Desenvolvimento do projeto

No primeiro semestre de 2016, as alunas envolvidas no projeto, em reunião de supervisão, puderam construir e discutir um referencial teórico a respeito da temática, além de construir e trabalhar previamente as oficinas que seriam aplicadas em sala de aula com os adolescentes. Ainda no primeiro semestre, também estabelecemos o contato com a escola pública mais próxima da unidade da Universidade e a prática foi iniciada, sendo finalizada, na escola pública, em Agosto de 2016, com uma reunião de devolutiva.

No segundo semestre, em Setembro de 2016, estabelecemos contato com a escola privada e fizemos alguns ajustes com a coordenação pedagógica da escola para tornar possível a realização da prática junto aos adolescentes. A coordenação da escola manifestou-se interessada em acolher o projeto, mas foi necessário condensar os três encontros em dois, o que também nos obrigou a reestruturar as oficinas que já tínhamos trabalhado na escola pública. Esse dado já é um apontamento das diferenças entre as realidades da escola pública e privada: na escola pública, por exemplo, havia o interesse pelo projeto, entendendo que o projeto era mais necessário que o próprio conteúdo das disciplinas, já na escola privada, havia maior preocupação com o andamento das disciplinas, embora o projeto tenha sido valorizado e acolhido. A prática na escola privada foi realizada em Outubro, sendo finalizada em devolutiva à coordenação pedagógica em Novembro. No mês de Novembro, ainda como parte do projeto, realizamos uma exposição na escola pública sobre consumo ideológico a partir de letras de música que denigrem a imagem da mulher. A exposição foi realizada com letras de músicas impressas juntamente com notícias de jornais a respeito de violência contra a mulher.

No que diz respeito aos materiais utilizados no projeto (cartolina, revistas, cola, tesoura, papel), as escolas envolvidas nos ofereceram.

5. Resultados

5.1. Resultados na escola pública

As atividades em sala, do primeiro ao terceiro ano do período matutino, atingiram um total de dezesseis turmas, sendo: seis salas de primeiro ano do ensino médio, seis salas de segundo ano do ensino médio e quatro salas de terceiro ano do ensino médio.

As atividades foram divididas em três encontros, sendo cada um de cinquenta minutos. Cada encontro teve um enfoque, respectivamente: o consumo material em geral; apresentação da identidade através do consumo ideológico e tecnológico e a busca da inserção nos grupos através do consumo de substâncias.

5.1.1 O primeiro encontro

O primeiro encontro foi dividido em três momentos: a dinâmica do “Passarinho no Ninho”, atividade de colagens de produtos que os adolescentes consumiam e a condução da discussão propriamente.

Na ocasião da dinâmica, os alunos foram posicionados em um círculo e depois divididos em trios; ficando dois dos participantes de frente um para o outro e de mãos dadas, e o terceiro no meio. Uma pessoa no centro da roda inicia sozinha e tem as opções de pedir para trocar o ninho ou o passarinho. Quando o passarinho é trocado, apenas o terceiro componente sai do ninho e “voa” para outro; já quando o ninho é trocado, tudo se desfaz e novos trios devem ser feitos. Sendo assim, uma pessoa sempre estará sozinha, sem ninho e sem passarinho. A proposta de introduzir com esta dinâmica, além da descontração inicial e do *rapport*, foi a de proporcionar uma reflexão sobre o que o adolescente se sujeita a fazer para ser inserido em um determinado grupo.

Após a dinâmica, folhas de papel A4 e revistas foram entregues para que os alunos pudessem realizar a segunda atividade que consistia na colagem de imagens que consideravam consumir. Foi pedido que os alunos se identificassem nas folhas através de pseudônimos a fim de que não fossem expostos - já que para a discussão as folhas foram trocadas.

5.1.2. O segundo encontro

A realização do segundo encontro começou com a dinâmica da contação de história. Uma das componentes do projeto iniciava com uma frase que era complementada pelo aluno à sua direita e, assim, sucessivamente. Dessa forma, a história foi formada através da subjetividade de cada um.

A intenção da atividade foi promover uma reflexão com os adolescentes de associação da história às redes sociais, já que nelas é possível assumir ou manifestar a identidade que escolher.

Após a dinâmica, a sala foi dividida em grupos de quatro a seis alunos e uma folha A4 foi entregue para cada grupo. A proposta, para o grupo realizar conjuntamente, foi a de criação de um produto e de sua embalagem que deveriam conter características pessoais de cada componente.

5.1.3. O terceiro encontro

No terceiro encontro houve a divisão da sala em quatro grupos e cada grupo recebeu uma folha A4 para indicar a regularidade do uso de uma determinada substância. A substância era dita por uma das integrantes do projeto e seu nome deveria ser mantido em segredo pelo grupo, isto é, na folha, então, deveria constar apenas a frequência do uso. As substâncias foram: açúcar, representada pelo chiclete e chocolate; caféina, representada pela *Coca-cola* e pelo café. Na lousa, foi colada uma cartolina com os símbolos que deveriam ser usados na atividade e suas respectivas legendas. A partir disso, o grupo deveria desenhar uma árvore e dentro dela cada componente do grupo deveria desenhar qual símbolo o representava. Os símbolos eram galhos, folhas, flores e frutos e cada qual significava indicativos de uso, respectivamente: “usa pelo menos uma vez por dia”, “usa pelo menos uma vez por semana”, “usa pelo menos uma vez por mês” e “experimentou pelo menos uma vez na vida”. A partir da construção das árvores, estas foram devolvidas às extensionistas para a exposição para a turma e o início das tentativas de descoberta sobre qual eram as substâncias ali representadas.

As discussões em torno da revelação de quais eram as substâncias indicadas foram conduzidas em torno da questão do prazer que envolve o uso e da necessidade de inserção nos grupos.

5.1.4. Percepções das atividades

As folhas A4 que os adolescentes utilizaram nas atividades feitas em sala foram devolvidas às colaboradoras do projeto e serviram, juntamente com o desempenho dos alunos por elas observado, para a análise dos resultados parciais.

É importante dizer que a escolha dos pseudônimos feita no primeiro encontro não pareceu ser aleatória, mas carregada de uma pré-concepção de quem são ou de quem desejam representar. Alguns nomes apareceram denotando poder, como “Zé Pequeno” (maior traficante da Cidade de Deus dos anos 70), “Mulher-Maravilha” e “Hittler”. Há também nomes carregados de humor, como “Muriçoca”, “Jacinto Pinto” e “Vírus”.

Também segundo as colagens do primeiro encontro, foi possível identificar que os adolescentes, de uma maneira geral, entenderam a proposta. Foram recolhidas 182 (cento e oitenta e duas) folhas e destas, para facilitar o entendimento, foram separadas dez (cada uma de um aluno diferente) que exemplificam parte do que os adolescentes colou em sua folha.

Celulares e aparelhos tecnológicos, como computadores, televisões, *netbooks* e *video-games*, são as figuras mais evidenciadas, aparecendo em sete das dez folhas. Vale ressaltar que as redes sociais estão inclusas nesta categoria, pois o *Facebook* e *WhatsApp* apareceram juntamente com as propagandas de celulares. Em segundo lugar, as figuras que mais tiveram colagens foram a de automóveis, cosméticos e *fast-foods*, evidenciadas em seis folhas. Roupas e acessórios aparecem em duas folhas, assim como remédios.

Além das dez folhas utilizadas para exemplificar o que os adolescentes recortaram e colaram em sua atividade, foram selecionadas três folhas que tiveram imagens de armas. Imagens de mulheres também foram coladas em várias folhas, sugerindo a objetificação do corpo feminino – muitas vezes tratado como objeto de consumo. Dentre as 182 (cento e oitenta e duas) colagens recolhidas, apenas quatro continham imagens ilustrando livros, o que parece evidenciar um interesse menor para com os livros quando comparado ao uso dos celulares.

Na segunda atividade foram recolhidos 50 (cinquenta) rótulos, dos quais destacamos cinco. Destes cinco, dois eram robôs capazes de entender as emoções humanas. As outras três propagandas estavam associadas ao uso de substâncias. Uma fazia alusão a “bagulho bom” e informava que o produto poderia causar danos mentais, a outra fornecia a bebida das emoções que incluía desde raiva a sinceridade e já a terceira era o “Chocolate Heroína - seja o que sempre quis ser”. Além dos cinco rótulos,

vale destacar a criação de outras duas propagandas: uma representava uma crítica ao celular enquanto produto “manipulador” e a outra representava a chegada do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

No terceiro encontro, parte do objetivo foi verificar quais substâncias os adolescentes associavam às árvores construídas a partir da regularidade do uso e, desse modo, foi possível perceber que as substâncias que mais apareceram nas hipóteses foram o álcool e a maconha, esta última evidenciada com maior frequência nos terceiros anos. Entretanto, quando viam que a frequência do uso da maioria dos componentes do grupo era pequena, eles descartavam esta opção. No desenvolvimento do terceiro encontro, pareceu claro, em todas as salas, o contato e/ou curiosidade dos adolescentes com o álcool e a maconha. Na ocasião, discutimos sobre a experimentação e os tipos de usuários, explicando sobre a questão da predisposição genética para a dependência e sobre a ausência de controle no uso.

Houve uma maior dificuldade em realizar o projeto nas salas de primeiro ano, uma vez que os alunos apareceram, de uma maneira geral, mais agitados em relação aos outros anos. Logo, o tempo gasto para que a sala se organizasse foi maior, além do fato dos primeiros anos se dispersarem mais facilmente que os demais. Já os terceiros anos, desde o primeiro encontro, demonstraram maior interesse e participação nos temas propostos pelas extensionistas, com isso, a discussão em sala sobre o consumo em geral e a busca pela identidade foi mais longa e pareceu mais proveitosa.

5.2.Resultados na escola privada

Na escola privada, foram realizados dois encontros em cada sala do Ensino Médio, totalizando seis encontros na escola: a escola tinha apenas uma sala de cada ano.

5.2.1. Primeiro encontro

Os alunos deveriam desenhar um rótulo de uma embalagem, colocando as próprias características na mesma, sendo uma característica por pessoa do grupo. Ou seja, os alunos deveriam pensar em uma qualidade própria que acreditavam ser positiva para colocar na embalagem.

Feito isso, as pessoas do grupo mostraram seus produtos à sala, explicando o que era o produto e contando as características. Em seguida, atrelamos a atividade à exposição que fazemos na *Internet* e sobre o que "vendemos" sobre nós mesmos nas redes. Destaca-se a criatividade, o silêncio e a abertura para conversar com a equipe

executora. Acredita-se que presença do professor em sala contribuiu para as discussões em torno do consumo e da exposição de rótulos pessoais na *Internet*, especialmente.

5.2.2. Segundo encontro

A atividade inicial do segundo encontro foi a atividade do “passarinho no ninho” (explicada anteriormente na descrição da prática na escola pública), sendo realizada uma discussão posterior sobre a necessidade de consumir para se encaixar nos grupos. Em um segundo momento, a sala foi dividida em grupos para a realização da atividade da “árvore de substâncias”, atividade também descrita anteriormente.

6. Conclusões

Diante dos dados obtidos e das experiências vivenciadas, é possível considerar que os objetivos do projeto foram alcançados. De acordo com o *feedback* recebido dentro de sala, especialmente o pedido ao final dos último encontro em ambas as escolas, podemos dizer que os adolescentes quando confrontados com a relação consumo e identidade conseguem visualizar a problemática que leva ao consumismo ou tão somente os obriga a adquirir uma ideia ou um bem, para que sejam inseridos nos grupos.

A partir das atividades, foi possível perceber que os adolescentes seguem um padrão de consumo dependendo do grupo de inserção, ou seja, existe a participação do *outro* na escolha do que consumir e, em geral, segue evidenciado o uso de eletrônicos, consumo de *fasts-foods* e roupas/acessórios.

Em relação à construção de uma identidade nas redes sociais, os adolescentes citaram exemplos de pessoas que pessoalmente são diferentes do que expõem na *Internet*, evidenciando a compreensão a respeito do simbolismo em torno dos rótulos.

O consumo de substâncias está fortemente vinculado à questão de encaixar-se em um determinado grupo, o que foi percebido e dito por diferentes adolescentes de diferentes salas em frases como “ninguém começa a beber porque gosta”, ou seja, o

adolescente, muitas vezes, se força à ingestão de álcool, pois os demais consomem e ele não quer sentir-se alheio ao grupo.

A ideia das dinâmicas era conseguir exemplificar na prática as questões que seriam abordadas posteriormente na discussão e, com base na devolutiva que obtivemos dos adolescentes, elas facilitaram o entendimento sobre os assuntos retratados e serviram para uma reflexão individual e ao mesmo tempo do grupo (alunos da sala de aula) como um todo.

A intenção era conseguir atingir mais escolas, porém, como a escola pública parceira tinha um número elevado de salas de ensino médio e demandou muito tempo, não foi possível. Além disso, como as atividades do projeto são feitas no horário das aulas dos adolescentes, não foi possível atingir outra escola pública (ou mais) porque coincidiria com o final do semestre, momento delicado de encerramento de conteúdo e preparação para as avaliações finais dos alunos.

O projeto parece ter alcançado seus objetivos na criação de um espaço para a reflexão, embora se acredite que a escola deva continuar o debate a respeito do consumo consciente e/ou mesmo que outras propostas como estas se efetivem de forma mais duradoura.

Quanto à participação das alunas de graduação em Psicologia, acredita-se que a extensão é uma forma de contribuição para a comunidade e, sobretudo, uma contribuição para o processo de formação do profissional em Psicologia, possibilitando uma oportunidade de prática para além da teoria vista em sala de aula e auto-reflexões a respeito do seu próprio desenvolvimento identitário e profissional.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. E. G., G; PINHO, L.V. **Adolescência, família e escolhas: implicações na orientação profissional**. Psicologia Clínica, v. 20, n. 2, p. 173-184, 2008.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

ERIKSON, E. **Identidade, juventude e crise**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

LEMOS, C. G. **Adolescência e escolha da profissão**. São Paulo: Vetor, p.29, 2001

OLIVEIRA, A. M.; TOMAZETTI, E. M. **Quando a sociedade de consumidores vai à escola: um ensaio sobre a condição juvenil no Ensino Médio.** Curitiba: Editora UFPR, p. 188, 2012.

PAPALIA, D. E.; OLDS, S.W. FELDMAN, R. D. **Desenvolvimento humano.** McGraw Hill, 2013.

ROGERS, C.R. **Tornar-se pessoa.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.