

JUVENTUDES E CONSUMO: UM ESTUDO EMPÍRICO COM JOVENS DA PERIFERIA DE FORTALEZA

AUTORA: Kamila Costa de Sousa, UFC
CO-AUTORA: Jaiane Araujo de Oliveira, UFC.

Parte-se da compreensão que juventude é uma categoria sociológica, e como tal surge a partir de grupos sociais que buscam significar certos comportamentos, percebemos a mesma como heterogênea e diversa. Portanto, considera-se o conceito de juventudes, destacando a influência da classe social, etnia, religião, gênero, territorialidade e modo de vida. O consumo surge como elemento demarcador desse universo juvenil, atuando na construção identitária dos jovens, ganhando dimensões significativas nos espaços de sociabilidade e orientando na formação dos grupos. Porém, esse consumo acaba por fomentar as desigualdades sociais e cria necessidades imaginárias que são associadas à felicidade e satisfação pessoal. Buscando compreender como os jovens da periferia pensam o consumo, promove-se um espaço de reflexão sobre a temática através de grupos de discussão e as técnicas projetivas para incentivar os jovens a falar de si. Os sujeitos da pesquisa são jovens da Comunidade Trilha do Senhor, na cidade de Fortaleza, mais conhecida como Favela do Trilho, com experiência de luta marcada por uma intensa resistência, pois a mesma está localizada em uma área nobre da cidade, e atualmente passa por um processo de higienização social promovido pelas obras da COPA de 2014. O resultado da discussão aponta que os jovens sentem-se estimulados pela mídia a consumir, destacam que na comunidade em que vivem não há muitas opções de lazer, por isso os shoppings tornam-se um lugar de diversão, espaço de sociabilidade, pois lá encontram os amigos, paqueram, quando podem vão ao cinema e raramente fazem compras. Nesses passeios procuram ir com roupas, calçados e acessórios da moda, ou que identifique grupos com gostos específicos, o que destaca a necessidade de fazer parte daquele universo e se sentir aceito. A vontade de adquirir alguns itens do mercado acaba por se transformar em sonhos que, em alguns casos, são alcançados quando parentes os presenteiam em datas comemorativas, como aniversário ou natal. Os jovens da comunidade se vêem inseridos nesse cenário de consumo e reconhecem a contradição presente no espaço em que vivem, porém isso não impede seus desejos de consumo, apesar da restrição dada pelo poder de compra. Contudo, abrem espaço para a reflexão sobre como, por vezes, o consumo gera necessidades desnecessárias. Outro ponto importante é a associação que os jovens estabelecem entre o consumo e a identificação com seu grupo de amigos, seus colegas da escola, ter e/ou usar os mesmos produtos representa inclusão, aceitação e poder.

Palavras – chaves: Juventudes, Sociabilidade, Consumo.