



9

*A Presença dos Grupos Primários nas Escolhas de Consumo de Crianças e Adolescentes do Projeto de Apoio à Distância da ONG “De Mãos Dadas Pela Vida”**

The Presence of Primary Groups in the Choices of Children and Adolescents consumption of the Distance Support Project of the ONG "Hands On For Life"

Alessandro Calidoni**

* Recebido em: 10.11.2018.

Aprovado em: 20.12.2018.

** ¹ Graduando em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás.
Email: alecalido@hotmail.it

Resumo: o propósito do artigo é promover uma reflexão sobre a relação entre identidade e consumo na atualidade. Parte-se do pressuposto de que diferentes instituições sociais participam, por meio da socialização, da construção subjetiva de elementos classificatórios que guiam o comportamento de crianças e adolescentes diante do consumo. Para tanto, investigaremos em que medida os grupos primários, constituídos pela família, religião e comunidade, por um lado, e por outro os grupos secundários, identificados como a mídia, o mercado e a escola, exercem influência na construção de subjetividade e identidade na infância e na adolescência, por meio de uma análise do consumo. A pesquisa foi realizada em 2018-2019 em Senador Canedo-Goiás, com famílias atendidas pela ONG De Mãos Dadas pela Vida.

Palavras Chaves: *Consumo, habitus, infância, identidade, sociedade.*

Abstract: the purpose of the article is to promote a reflection on the relationship between identity and consumption in the present time. It is based on the assumption that different social institutions participate, through socialization, the subjective construction of classificatory elements that guide the behavior of children and adolescents in the face of consumption. To that end, we will investigate the extent to which the primary groups, constituted by the family, religion and community, on the one hand, and on the other, the secondary groups, identified as the media, the market and the school, influence the construction of subjectivity and identity in childhood and adolescence, through an analysis of consumption. The research was conducted in 2018-2019 in Senador Canedo-Goiás, with families assisted by the NGO De Hands Given by Life.
Keywords: Consumption, habitus, childhood, identity, society.



Introdução

Este artigo versa sobre a relação entre os círculos viciosos no consumo e a dualidade da auto-categorização social. Buscamos compreender como se configuram as atitudes voltadas ao consumo de crianças e adolescentes assistidos pela ONG “De mãos dadas pela vida” que atua em Senador Canedo, na região metropolitana de Goiânia.

A partir da análise dos textos de Pierre Bourdieu (2007), Jean Baudrillard (1996/2007) e Zygmunt Bauman (2004), buscaremos lançar um horizonte explicativo sobre as relações entre indivíduos e sociedade, a fim de compreender os constrangimentos institucionais e estruturais sobre as “escolhas” e atitudes dos indivíduos voltados para o consumo. A hipótese é de que tanto grupos primários, quanto secundários oferecem opções simbólicas que orientam a demarcação da auto-atribuição, num contexto de identidade pós-moderna e, por isso, são mediadoras das relações de consumo entre os sujeitos investigados.

Foram realizados grupos focais com os(as) participantes da pesquisa. Para o grupo de crianças de 7 a 9 anos, foi solicitada a confecção de desenhos que retratassem objetos de desejo. Com os adolescentes entre 10 e 14 anos foi aplicado um questionário que indagava sobre o contato das mesmas com as instituições sociais primárias e secundárias, bem como sua cultura de consumo. O questionário e os desenhos foram submetidos no dia 21 de Março de 2019, e foram escolhidos sujeitos que participam do projeto de

“Reforço Escolar” do bairro Nova Morada, periferia de Senador Canedo, município da região metropolitana de Goiânia.

Com as crianças foi adotada a técnica do desenho para que elas tivessem maior facilidade em representar os objetos de desejo; expliquei pessoalmente as orientações e escrevi a pergunta “Qual presente de aniversário você queria receber?” no quadro da sala. Deixei-os livres para utilizarem lápis de cor ou giz de cera. Participaram dessa atividade quatorze crianças; sentaram-se em três grupos de quatro e uma dupla.

Já com os adolescentes, optamos pela escolha das perguntas relativas à cultura do consumo e aos contatos com os grupos primários e secundários no dia a dia. Cada integrante dos dezoito entrevistados sentou-se sozinho, prestando bastante atenção para que os outros não observassem as respostas dadas. Para eles, diferentemente das crianças, foi entregue um papel individual com as perguntas digitadas e o espaço para a resposta; alguns ficaram sem papel preenchido e decidiram copiar as perguntas com a minha ajuda.

Inicialmente, estabeleceremos o marco teórico da argumentação, que possibilitará a definição dos conceitos de grupos primários e secundários, e suas relações com a construção identitária e o consumo. Em seguida, serão apresentadas as considerações sobre o contexto societal atual, para entender o papel das comunidades na constituição de *habitus* dos indivíduos que as compõem, e posteriormente será explicado o contexto de realização



da pesquisa e as motivações dos sujeitos selecionados, a partir da análise dos resultados da pesquisa.

Grupos Primários e Grupos Secundários

Segundo a análise de Cooley (1962) e Merton (1995), existem dois grupos que orientam as escolhas nas sociedades, os grupos “primários” e os “secundários”. O que diferencia esses grupos é a origem e qualidade das relações estabelecidas entre seus membros. Os grupos primários seriam aqueles, descritos por Merton, como sendo grupos naturais, caracterizados por relações espontâneas, como a família e a comunidade. As relações entre os membros desses grupos são mais íntimas, informais e próximas. Já os grupos secundários seriam grupos artificiais, criados pela ação direta de terceiros. Nesses grupos as interações se encontram definidas por normas de conduta e regras de procedimento previamente estabelecidas. A partir dessa análise, compreendemos que as relações de poder estabelecidas dentro do grupo primário se dão em função de ações sociais do tipo tradicionais e carismáticas, dentro de uma lógica comunitária, conforme a aceção de Max Weber (1974); enquanto que nos grupos secundários tais relações são reguladas a partir de uma lógica racional legal, típico de sociedades, o que implica necessariamente um contexto onde o Estado Moderno passa a exercer monopólio do poder.

Nos grupos primários, conforme a análise de Durkheim, perduraria o tipo de solidariedade “mecânica” em que os indivíduos

compartilham as mesmas noções e valores sociais, tanto no âmbito religioso quanto nos interesses materiais necessários à subsistência do grupo, o que promove coesão social. Por isso, entendemos que a religião, mesmo sendo uma agremiação que se constitui por meio da ação de terceiros, pode ser compreendida dentro do escopo dos grupos primários; enquanto que, nos grupos secundários, perdura o tipo de solidariedade orgânica, já que existem interesses sociais distintos e a consciência de cada indivíduo é mais acentuada. Essa tipologia de sociedade é a moderna, onde existe maior diferenciação individual e social e, além disso, uma maior complexidade econômica.

Desde a revolução francesa, quando começa a modernidade, os grupos primários têm sido substituídos pelos grupos secundários, isso porque os idealizadores do projeto iluminista para a modernidade defendiam que cabia ao Estado e não à cultura, tradição ou religião o papel de promover a socialização e gerar uma homogeneidade em relação aos valores, crenças e costumes a serem adotados pelos indivíduos, como já pontuara Habermas (2014) e Rouanet (1993). As falhas desse projeto iluminista se encontram no texto *Mal-estar na modernidade* de Rouanet (1993), que expressa o ideal iluminista como o da autoformação, que pressupõe a apropriação da cultura pré-existente e, também, a possibilidade de romper com os modelos dessa cultura. Para ele, no Brasil e no mundo, o processo civilizatório da modernidade está em colapso - trata-se de uma rejeição dos próprios princípios, de uma recusa dos valores civilizatórios propostos pela modernidade.



Ao longo do tempo, ainda na visão de Rouanet (1993), o Estado investe muito no setor social; com isso aumenta a autonomia e capacidade de um número cada vez maior de indivíduos ampliando-se, assim, o poder dos indivíduos como verdadeiros agentes estabelecendo atividades produtivas, consumindo, poupando e investindo. Uma vez que essa autonomia econômica é alcançada, as demais formas de autonomia adquirem uma base concreta.

As liberdades “formais” deixam de ser vazias e os homens têm o direito de agir na esfera cultural e política, adquirindo o poder efetivo de agir. O alcance da autonomia econômica pressupõe, inversamente, a plena utilização da autonomia política sem a qual o Estado não desempenharia o seu papel de promoção social, pois o uso público de uma razão não tutelada permite mobilizar os interessados para a luta em prol da autonomia econômica.

Sociedade e consumo

Nessa ideia de Rouanet (1993), podemos entender a razão da sociedade de consumo na qual hoje vivemos, na qual apenas os indivíduos que possuem autonomia econômica conseguem ter seus direitos de cidadãos contemplados. Notamos que o papel das relações mais íntimas, ocorridas no âmbito dos grupos primários, são gradativamente substituídos pelas mídias, pela tecnologia e pela própria relação com o mercado, especialmente, por meio do consumo.

Esse contexto leva a uma desvalorização da tradição, por um lado, e a uma fé em relação aos meios tecnológicos que acreditamos serem infalíveis. A sociedade atual quer respostas rápidas, simples e padrões. Neste sentido cabe ressaltar a definição de “cultura do lixo” do autor Bauman (2004). Para ele: “o consumo é a força motriz do capitalismo, é a única solução que transforma tudo em transitório e descartável”. O mesmo autor explica que na sociedade moderna usamos os recursos à disposição para acelerar as satisfações das necessidades; a “cultura líquida moderna” é algo que desengaja e deixa por trás o saber, a antiga sabedoria, as tradições familiares etc., que não encontram saída e nem sobrevivência.

Por isso os consumidores de hoje fazem dos usos atribuídos aos objetos como o verdadeiro destes, ou seja, o objeto tem significado em relação ao que ele significa para mim e não em relação à sua verdadeira função. Bauman (2004) expressa claramente que os objetos definem o pertencimento a uma elite e significam inclusão em uma realidade que, antes, me excluía.

Como podemos encontrar no artigo da socióloga Thais Marinho (2016), o fenômeno explica a coexistência de uma necessidade de autocategorização ontológica (grupos primários) juntamente com um desvio da sociedade na autocategorização formal (grupos secundários). Apesar da análise de Baudrillard (2001), ainda é possível encontrar pessoas usando grupos primários (cultura e tradição) como elementos organizadores de suas ações cotidianas. Isso continua acontecendo por causa da falha do projeto iluminista: os grupos secundários (Estado, escola, mercado, mídia)



não tomaram conta universalmente e, tampouco, substituem a força da cultura e da tradição.

Isso porque, de um lado, temos a ausência de investimentos materiais, simbólicos e políticos para que tal universalização se deflagrasse. Por outro, temos a constatação a partir tanto de Bauman (2004) quanto de Bourdieu (2007) de que a cultura e a tradição se constituem como elementos ontológicos para os sujeitos, não sendo, portanto, plausível a expectativa racionalista do desencantamento (MARINHO, 2016).

Então, por um lado, existem pessoas que organizam a própria vida a partir da lógica dos grupos primários e, para outros, os grupos primários são ausentes ou insuficientes (por negligência, jornada de trabalho extensas, compromissos...). Nesse caso a necessidade ontológica não é suprimida, e os grupos secundários não geram estabilidade e satisfação nas pessoas. Por isso geram-se os círculos viciosos no consumo ou, do outro lado, cria-se um equilíbrio satisfatório entre orientações primárias e secundárias.

Em todas as sociedades, porém, os seres humanos do ponto de vista ontológico dependem das relações estabelecidas em comunidade, junto aos grupos primários para desenvolver autonomia e fazer uso consciente do consumo.

“Habitus” e pobreza

Nessa esteira, passamos ao sociólogo francês Bourdieu (2007) que identifica o *habitus* como “gosto individual que vem se

assemelhando entre os membros de uma mesma classe social”; isto é: o sentido que atribui estilos de vida às classes sociais. Pertencer a um grupo significa então excluir tudo o que pertence ao outro.

As classes populares vivenciam um conformismo dado pelo relacionamento, são dominadas pelas máquinas e pela classe dominante detentora dos meios legítimos de propriedade. Essencialmente o que acontece nas periferias das cidades é uma espécie de “mundo subalterno” ao mundo real; o autor Jessé Souza (2003) fala de “inclusão periférica” a partir da análise do texto *Integração do negro na sociedade de classes*, de Florestan Fernandes (2008). Para Souza, as condições de pobreza e marginalização das classes menos nobres, são consequência da abolição da escravidão. Para ele, o abandono do liberto à própria sorte coloca este na condição de se ver responsável por si e por seus familiares, sem dispor dos meios materiais ou morais para sobreviver em uma economia competitiva capitalista, prefigurando o destino da marginalidade social e da pobreza econômica.

Assim a ânsia em libertar-se das condições humilhantes da vida anterior tornava-o especialmente vulnerável a um tipo de comportamento reativo e ressentido em relação às demandas da nova ordem. Hoje em dia as pessoas trabalham e vivenciam experiências cotidianas em lugares e grupos que estão fora da própria condição; tornam-se “escravos” de um mundo que quer conformar a população a níveis maiores, sempre em desenvolvimento, sem considerar as condições primárias destas pessoas.



Assim o indivíduo entra em choque de identidade, não consegue mais se reconhecer no próprio grupo primário, tenta conformar-se aos grupos secundários do seu dia a dia, mas é sujeito ao domínio das classes mais ricas que detêm o poder de influenciar o consumo.

Identidade e esfera social

Na época pós-moderna, segundo o autor Stuart Hall (2015), as identidades dos indivíduos são fragmentadas e descentradas e, por isso, os sujeitos que compõem as sociedades necessitam operar um processo de auto-atribuição de identidade que pode acontecer unicamente quando os indivíduos entram em contato com “*outros importantes*” (TAYLOR, 2007), que constituem uma fonte de pertencimento e de reconhecimento da identidade individual que vem sendo construída por parte do ser humano.

Baudrillard (2007), outro sociólogo francês, explica que o consumo de objetos tem a função de diferenciar o estilo de vida das pessoas. Para ele, o consumo é “uma função social de prestígio e de distribuição hierárquica” (BAUDRILLARD, 2007). Desta forma os objetos assumem a função de satisfazer as demandas que surgem da ascendência na esfera social. Os objetos e o uso deles são sinais de uma pretensão de ascensão na esfera social; do outro lado, o sociólogo alerta que essa busca frenética pela mobilidade oculta o movimento cíclico que, ao contrário, bloqueia uma subida real na escala social.

De novo aqui é ressaltado o objetivo de domínio por parte das classes sociais maiores sobre as classes populares. Baudrillard (2007) afirma ainda que uma classe inferior consegue ter acesso a um bem que era exclusivo de uma classe superior e, por isso, vem satisfazendo a ideia de ascensão social sem levar em consideração o avanço geral da sociedade. Voltando às considerações do Bauman (2004), os objetos tornam-se descartáveis e o que era novidade torna-se logo antigo, mas, ao mesmo tempo, novo para as classes mais populares. O consumo de hoje é uma corrida contínua contra o tempo, que define quem pode competir e quem não tem as condições, mas tem a ilusão de estar por dentro da competição.

Assim Bourdieu (2007) explica a existência hoje de suplantando uma necessidade com a criação de uma outra. Não se enxerga mais a solução, mas vem se criando novas necessidades que tiram a atenção da “antiga” necessidade.

Nestas condições de avanço exasperado e de contínua busca do “melhor” que a sociedade do consumo nos apresenta, entra-se em choque com as tradições dos grupos primários que vêm definindo atitudes de estilos de vida baseadas em valores tradicionais. Como as crianças e os adolescentes de hoje enfrentam este desafio? Quais são os fatores que definem as escolhas de consumo deles? O quanto a família torna-se importante nas atitudes de consumo consciente nos dias de hoje?



Crianças e adolescentes da ONG “De mãos dadas pela vida”

A partir das condições sociais de algumas crianças e adolescentes da periferia da cidade de Senador Canedo, em Goiás, que são seguidas pela ONG De Mãos Dadas Pela Vida - MPV, buscamos verificar a participação dos grupos primários ou secundários nas escolhas de consumo pessoal, tendo em consideração as carências na área social, escolar, de saúde e de famílias que vivem em contextos de vulnerabilidade social, violência, drogadição, ausência de direitos e vários tipos de abuso.

As famílias do projeto de adoção à distância da ONG MPV são selecionadas através de visitas domiciliares de uma assistente social e através de um trabalho cooperativo com o Centro de Referência de Assistência Social – CRAS, o Conselho Tutelar e a Igreja Católica do bairro Jardim das Oliveiras (Senador Canedo-GO). Em conjunto avaliam as situações das famílias moradoras do bairro e se ativam para fornecer um suporte e uma ajuda eficaz. O foco da ONG são as famílias onde estão presentes crianças carentes que necessitam de qualquer tipo de ajuda, seja educativa, médica ou psicológica. Os cursos (reforço escolar, dança, teatro, informática básica, futebol, balé, atendimento psicológico, colônia de férias, assistência social, odontologista) oferecidos para as crianças e jovens podem ser uma alternativa ao caminho das drogas e da violência, que são as possibilidades oferecidas pelo bairro em função da falta de atividades públicas eficientes que possam

abranger e interessar a maioria das crianças e adolescentes do Jardim das Oliveiras.

Neste cenário estático, destaca-se particularmente o bairro Nova Morada, construído com ajuda econômica estadual em 2005 e situada entre a cidade de Senador Canedo e Goiânia. Encontram-se aqui somente alguns mercadinhos, um posto de gasolina, uma panificadora, uma borracharia, várias distribuidoras, uma escola municipal de ensino fundamental e um posto de saúde. Mesmo não existindo dados quantitativos a respeito, pode-se constatar que parte significativa dos jovens do bairro Nova Morada estão envolvidos em tráfico de drogas (especialmente maconha e crack), são drogaditos, pequenos assaltantes e vivem em contextos familiares muitos complicados, nos quais faltam a presença de carinho e amor dos pais e dos irmãos e irmãs. Podemos afirmar isso porque vivenciamos, como ONG, o cotidiano desse bairro e assistimos mais do que a metade das famílias que vivem nessa situação de medo e insegurança. Neste contexto as crianças e adolescentes tornam-se adultos, independentes e autônomos antes do tempo e precisam encarar a realidade do lugar onde eles moram através uma escolha entre dois caminhos possíveis: mundo da violência e da droga ou isolamento em casa.

As condições econômicas das famílias que se beneficiam do projeto de Adoção à Distância são previamente analisadas por uma Assistente Social que trabalha na ONG. Os componentes das famílias dos entrevistados possuem empregos precários e com baixo salário, recebem ajuda do Governo como o programa Bolsa Família



e benefícios ligados a doenças físicas ou mentais. Além disso notamos, segundo os dados presentes nas fichas de cada criança e/ou adolescentes apadrinhados, que praticamente todos os pais trabalham fazendo bicos e/ou em trabalhos sem carteira assinada, eliminando as possibilidades de contribuição para a Previdência e todas as medidas cautelares em relação à perda de emprego ou acidente no trabalho.

Nos grupos familiares onde ambos os pais vivem com os filhos, o único que trabalha é, com prevalência, o pai, enquanto a mãe toma conta dos filhos/as e dos afazeres de casa. A gestão econômica é um ponto fraco de todas as famílias: todos os anos realizamos uma planilha relativa às entradas e às saídas das finanças familiares e notamos que nenhuma das famílias consegue identificar os gastos necessários e as prioridades; poucas conseguem guardar um dinheiro para gastos imprevisíveis como compra de remédios ou aumentos de gastos domésticos inesperados; e, no final das contas, 90% das famílias atendidas pelos projetos da ONG estão devendo dinheiro ao final do ano. Pela maioria dos núcleos familiares, o recebimento da cesta básica alimentar (uma vez por mês) reveste uma função fundamental na economia doméstica.

Para a realização da pesquisa, escolhemos crianças e adolescentes deste bairro para a coleta dos dados. A proposta foi gerar uma visão de uma das realidades de maior vulnerabilidade social que conhecemos para, enfim, avaliar a importância de políticas públicas eficazes e abrangentes e considerar qual é a

importância dos grupos primários e/ou secundários nas escolhas de consumo destas crianças e adolescentes.

Análise dos resultados da pesquisa

A partir do material teórico mencionado e do objetivo da pesquisa, foi designado um questionário de dez perguntas com relação aos hábitos e aos desejos de consumo para os adolescentes da faixa etária entre 10 e 14 anos que participam do projeto de Reforço Escolar da ONG De Mãos Dadas Pela Vida. Para o mesmo fim, direcionamos uma pergunta relacionada ao desejo de consumo para as crianças entre 5 e 10 anos participantes dos projetos da ONG. Analisando os resultados que obtivemos, ficamos surpreendidos com algumas respostas, mas percebemos a forte presença da família (grupo primário) nas escolhas de consumo de crianças e adolescentes, mesmo existindo elementos fortemente ligados às orientações de consumo das mídias; todos/as os entrevistados/as têm contato diariamente com televisão e, conseqüentemente, com as lógicas de consumo atuais.

Dos 18 adolescentes entrevistados, sete responderam que fazem compra com os pais uma vez por mês, três deles uma vez por semana, dois duas vezes por semana e dois três vezes por semana; dois entrevistados nunca fazem compra com os pais, um todos os dias e um duas vezes por mês. Tratando-se de famílias carentes, sabemos que as compras são bem planejadas e decorrem, com muita probabilidade, após o recebimento do salário de cada mês. Os bens



alimentares são os mais consumidos por essas famílias e o “dia das compras” é quase um evento para a família; de costume, todos os integrantes participam das compras no mercado, por este motivo o contato com este ambiente torna-se uma presença forte na constituição da subjetividade deles. Este momento representa o espaço em que há uma tomada de decisão entre as variedades de produtos que a lógica de mercado oferece e os hábitos de consumo da família. Analisando as respostas aos questionários, tem um papel influente na composição da subjetividade.

Quando indagados sobre o que comprariam caso tivessem “dinheiro na mão”, oito responderam que gostariam de comprar uma casa, quatro iriam comprar comida, três um celular e três indivíduos comprariam respectivamente carro, “besteira” e uma camisa. Analisando essas respostas é possível identificar uma prevalência em interesses do grupo primário “família” em relação às influências de consumo dos grupos secundários.

Notamos que a maioria dos adolescentes entrevistados (7), assistem televisão duas horas por dia, somente dois não assistem televisão e os outros dez entrevistados assistem entre 3 e 8 horas por dia; este resultado permite-nos analisar a presença grande das mídias na vida desses adolescentes e do contato com comercias que estimulam um consumo de bens secundários.

Em relação à pergunta sobre as horas passadas junto com a família reunida, obtivemos respostas divergentes: somente dois entrevistados passam o fim de semana com os familiares, três adolescentes passam quatro horas por dia, só um passa o dia todo

com a família, nove integrantes do grupo dos entrevistados costumam passar entre três e 6 horas por dia com a família reunida, muito provavelmente assistindo a televisão. Esse dado torna-se importante para a nossa pesquisa porque, como pode verificar durante a pesquisa, os adolescentes confirmaram que os momentos de diálogo entre os componentes da família são uma raridade: cada um fica no celular ou assistindo a novela!

Segundo uma classificação de importância entre celular, livros, remédios, televisão, carro e alimentos, 13 entrevistados deram prioridade aos alimentos, dois aos remédios, um ao celular, um ao carro e um aos livros; podemos analisar esse dado em função da influência de consumo da família como *habitus* na ordem categórica de importância de determinados bens do dia a dia.

Os resultados mostraram baixa participação nas atividades da Igreja: sete participam uma vez por semana, cinco duas vezes, dois três vezes e quatro entrevistados não participam de atividade alguma. Notamos aqui que o fator de influência da Igreja é irrelevante nas escolhas de consumo dos entrevistados.

À pergunta relacionada à profissão desejada para o futuro, tivemos respostas entre jogador de futebol, advogado, médico, engenheira, trabalho no banco, designer de moda e modelo que são orientadas na base dos ganhos possíveis e, de consequência, com as influências das mídias; porém tivemos resultados modestos (3) de profissões mais “simples” em termos de possibilidade de salário. Nota-se uma forte presença das mídias para essa tipologia de



resposta, certamente determinadas por padrões de dinheiro e nível de vida.

Dezessete entrevistados colocaram a família como o grupo com quem se sentem mais à vontade, os colegas em segundo lugar; só um entrevistado indicou os colegas como grupo de preferência.

As escolhas de consumo dependem do preço da mercadoria, para nove entrevistados; três escolheram como fatores que determinam uma escolha o preço, a utilidade e o costume; somente um escolheu a utilidade como fator principal e três se dividiram entre preço e utilidade/costume. O resultado dessa resposta permite entender a influência das escolhas familiares (famílias carentes) sobre o hábito de consumo desses adolescentes.

Para finalizar, as respostas vinculadas à pergunta “O que você faria se ganhasse na Mega Sena?” foram surpreendentes: nove terminariam a casa onde moram ou comprariam uma casa nova; quatro ajudariam as pessoas que estão passando por necessidade; três guardariam dinheiro para pagar a faculdade e um iria para a Disney. Nesse caso é fácil entender a influência e a importância que os entrevistados atribuem à família e ao lugar onde passam a maior parte do tempo; influência que orienta as escolhas de consumo de diferentes âmbitos reais e imaginários.

Analisando as respostas dos adolescentes (10-13 anos) sobre as atitudes de consumo e as relações com os grupos primários e secundários tivemos respostas voltadas para um consumo que reflete os hábitos familiares, mesmo percebendo elementos de influências das mídias nas respostas relacionadas às possibilidades de

consumo em determinadas condições financeiras. A maioria dos adolescentes que responderam ao questionário achou importante bens como alimentos e remédios entre uma variedade de produtos que foram propostos; notamos também que as horas passadas assistindo televisão empatam com aquelas passadas juntos com a família. Por isso podemos declarar que, a partir dos resultados analisados, a influência do grupo primário, especialmente a família, nas escolhas de consumo dos adolescentes com baixo poder de compra é maior em relação ao poder das mídias; mesmo percebendo elementos “contrastantes” (como mansão, carros de luxo) escolhidos a partir da influência das mídias e do mercado.

Para entender as atitudes e as influências de consumo nas crianças entre 5 e 10 anos, decidimos utilizar os desenhos como resposta à pergunta: “O que você queria receber como presente para o seu aniversário?”

Dos 14 entrevistados, sete responderam com desenhos relacionados a brinquedos de marcas conhecidas como Hot-Weels e LOL; os sete restantes desenharam objetos comuns de brincadeiras infantil, como bolas, patins, kit de médico, carrinhos e bonecas, sem indicação à marca.

A partir de uma análise dos desenhos, notamos que muitas crianças estão em contato com os meios de comunicação e com ambientes em que está presente uma lógica de mercado voltada ao consumismo; os entrevistados pertencem a famílias com um poder de aquisição bastante baixo, mas mesmo assim o “sonho” de um



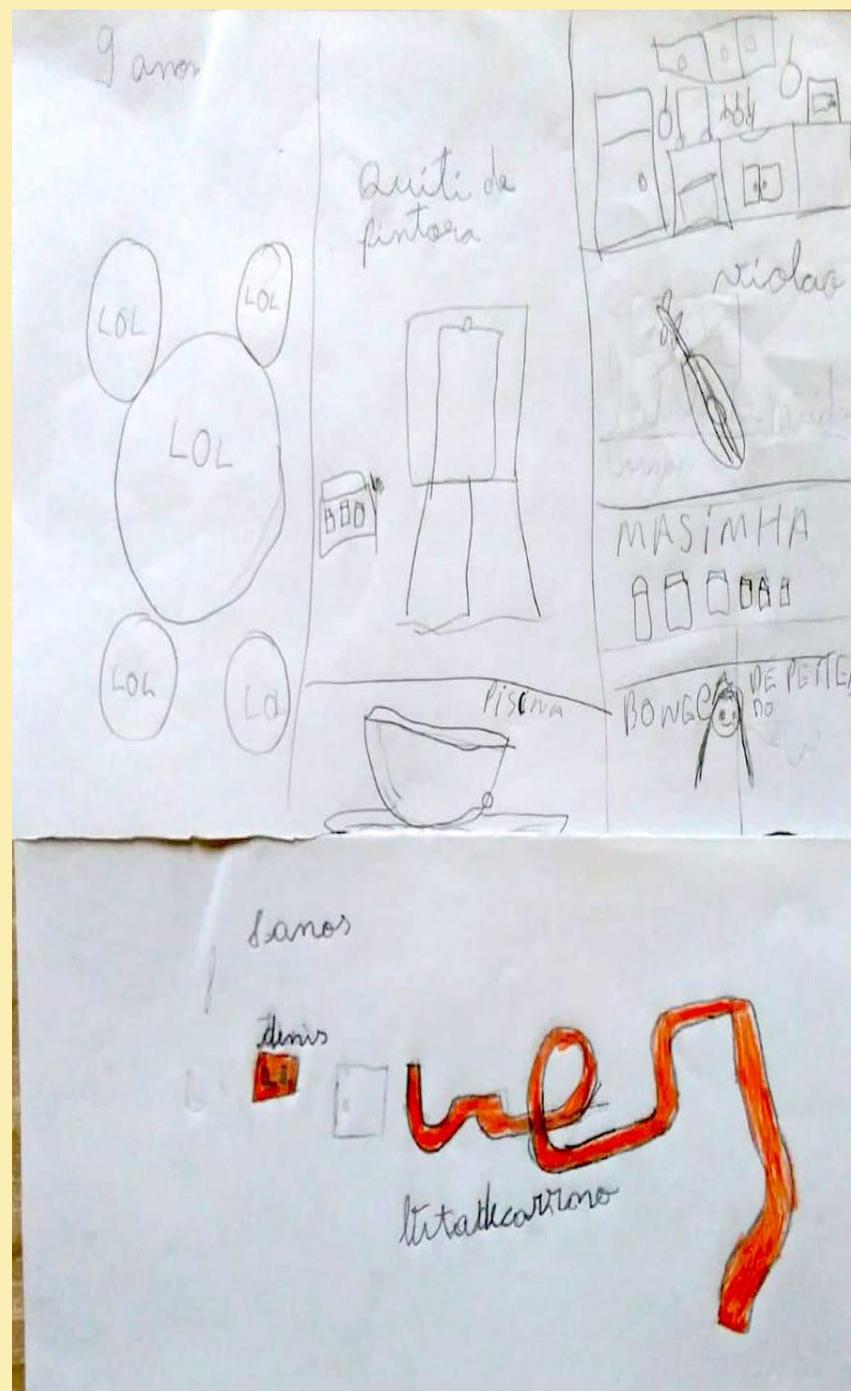
brinquedo de marca está vivo e os mesmos escreveram o nome da marca ao lado do desenho.

Do outro lado é possível afirmar que as atitudes de consumo familiar continuam afetando as escolhas das crianças que indicaram brinquedos comuns como presentes de aniversário; para eles o que importa de verdade é a função do presente e não a marca.

A análise resultou com um empate entre influências das lógicas de mercado e influência de categorias primárias (família) nas escolhas dos entrevistados.

Algumas imagens dos desenhos das crianças entrevistadas relativas à pergunta : "O que você queria receber como presente para o seu aniversário?"







Considerações finais

O resultado da análise dos dados coletados refletem a teoria de Bourdieu, na qual os *habitus* são os elementos que determinam as escolhas na vida das pessoas desde a infância. O contato constante com atitudes de consumo dos familiares orientam as crianças e os adolescentes que participam ativamente das atividades familiares e convivem com os pais por várias horas ao longo do dia. Mesmo vivendo em uma época em que somos objeto constante de impulsos de consumo pela lógica capitalista, percebemos que o elemento do *habitus* continua exercendo um função importante na lógica de consumo das pessoas; a partir dos primeiros contatos com o mercado (infância) vem moldando-se uma lógica individual de escolhas de consumo que continua baseada nos *habitus* dos grupos primários com os quais os indivíduos entram em contato. Essa função de “contágio” de identidade remete à hipótese de Charles Taylor, cuja teoria baseia-se na autoatribuição de identidade dos seres humanos na era pós-moderna. As respostas coletada mostram como os “*outros importantes*”, indivíduos que fazem parte do grupo mais próximo ao sujeito, criam as condições de reconhecimento e pertencimento a um determinado grupo que permite a autoatribuição da identidade e, conseqüentemente, tem reflexo nas escolhas de consumo dos indivíduos. Em relação a isso cabe ressaltar a ideia de Jessé Souza (2003), baseada na existência de indivíduos periféricos que não dispõem dos meios materiais ou morais para sobreviver em uma economia competitiva capitalista,



prefigurando o destino da marginalidade social e da pobreza econômica. Marginalidade social esta que acaba desenvolvendo-se em sociedades marginalizadas onde vem se criando instintivamente meios materiais e morais para ter um acesso restrito e excepcional à economia competitiva, com a ilusão de ser parte do grupo de sujeitos ativos da economia competitiva capitalista; a criação ilusória de meios que permitem o acesso à lógica capitalista cria uma consciência de classe que fortalece a função dos grupos primários na criação da identidade pessoal. Pode-se dizer que as periferias, mesmo representando lugares de marginalidade social, resultam também em lugares de igualdade social entre os mesmos componentes, criando pequenas economias competitivas em relação ao poder de compra de componentes de classes baixas. Desta forma a pequena sorveteria, a loja de calçados do bairro vêm representando um desejo de consumo “alcançável” para os habitantes das periferias.

A universalização das instituições secundárias esperadas do Estado Moderno em prol de um desenvolvimento igualitário entre classes sociais diferentes não aconteceu. O projeto aumentou ainda mais o diferencial entre as classes nobres e as baixas das mesmas “macro sociedades”. Porém, ao mesmo tempo, aumentou o fortalecimento de universalização das condições precárias dos indivíduos das classes baixas, que podem ter o acesso à educação que, ao olhar das famílias com baixa escolaridade, representam uma possibilidade de resgate para o futuro dos filhos/as, mas, analisando as condições de forma mais amplas, resultam em possibilidades

totalmente inferiores aos padrões de ensino de algumas instituições particulares que estão limitadas a grupos sociais elevados.

Pode-se concluir que, mesmo o Estado e a economia competitiva capitalista tendo um papel influente na vida dos indivíduos de classes sociais populares, não conseguiram uma plena mutação dos seres humanos voltados à lógica consumista do mercado; as influências de grupos primários preservam um papel fundamental na criação da identidade de crianças e adolescentes que, reconhecendo a própria condição econômica, optam por escolhas de consumo habituais sonhando com a lógica da economia capitalista.

Referências

- BAUDILLARD, J. *A sociedade de consumo*. Lisboa: edições 70, 2007.
- BAUDRILLARD, J. Função-signo e lógica de classe. Em: *A economia política dos Signos*. Sao Paulo: Editora Martins Fontes, 1996. p. 9-49
- BAUMAN, Zygmunt. *A cultura do lixo*. Em: *Vidas desperdiçadas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- BLUMER, H.. *Symbolic interactionism: perspective and method*. englewood cliffs, nj: prentice hall. 1969.
- BOURDIEU, P. *A distinção: critica social ao julgamento*. São Paulo: EDUSP. 2007.
- COOLEY, C.H. *Social organization: a study of the larger mind*. New York: Shocken Books. 1962.



MARINHO, T. A.; Subjetividade e Memória Social: uma abordagem transdisciplinar; Dossiê Multimodalidade da Memória: Narrativa e Teoria Social; *Rev. Arquivos do CMD*, Volume 4, N.1 Jan/Jun 2016.

MERTON, R.K. *Teoria y estructura sociales*. México: D.F. Fondo de Cultura Económica. 1995.

WEBER, M. *Economia e Società*. Milano: Edizioni di Comunità. 1974

HABERMAS, J.. *Mudança estrutural da esfera pública*, Editora UNESP. 1994.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 12 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

ROUANET, S. P. *Mal-estar na modernidade*, Companhia das Letras, 1993.

SOUZA, J. *A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica*. Belo Horizonte, Editora da UFMG. 2003

FERNANDES, F. *A Integração Do Negro Na Sociedade De Classes* Vol. I: O Legado Da Raça Branca - 5ªEd. 200

TAYLOR, C. *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*; Cambridge: HarvardUniversity Press. 1989.