

Narrativas de jovens estudantes da EJA sobre consumo

Narratives of young students in YAE about consumption

Peter da Silva Rosa
Maria Jacqueline Girão Soares de Lima
Universidade Federal Fluminense (UFF)
Niterói-Brasil

Resumo

O presente artigo tem como objetivo compreender a relação de jovens da EJA de uma escola municipal de Itaboraí (RJ) com o consumo e os atravessamentos da instituição em relação a esta temática. Trata-se de um trabalho oriundo de uma dissertação de mestrado e que está inserido numa metodologia qualitativa com ênfase nas narrativas das “histórias de vida temática” e na sua resignificação em mônadas. Verificamos a prevalência da noção do consumo fortemente associada à circulação do dinheiro e à aquisição de bens, inerentes à lógica da “sociedade de consumidores”. Porém, as práticas de consumo dos sujeitos integram aspectos conscientes/reflexivos pertencentes aos seus contextos socioculturais. A quase unanimidade dos(as) jovens não identificou o tema do consumo nas práticas pedagógicas da escola, sinalizando fragilidades acentuadas pelo contexto pandêmico, especialmente em relação à EJA.

Palavras-chave: Narrativas; Consumo; Educação de Jovens e Adultos (EJA)

Abstract

The present article aims to understanding the relation of young people in YAE from a municipal school in Itaboraí (RJ) with consumption and the institution's crossings in relation to this theme. This work comes from a master's thesis and is inserted in a qualitative methodology with emphasis on the narratives of the "thematic life stories" and their resignification into monads. We verified the prevalence of the notion of consumption strongly associated with the circulation of money and the acquisition of goods, inherent to the logic of the "consumers society". However, the consumption practices of the subjects integrate conscious/reflective aspects belonging to their sociocultural contexts. Almost unanimously, young people did not identify the theme of consumption in the pedagogical practices of school, signaling fragilities accentuated by the pandemic context, especially in relation to YAE.

Keywords: Narratives; Consumption; Youth and Adult Education (YAE)

Introdução

Ao longo do século XX, o mundo passou por profundas alterações que culminaram no desmantelamento da modernidade sólida, que foi caracterizada pela rigidez das esferas da sociedade e suas instituições. Essas alterações fizeram emergir a “modernidade líquida” (BAUMAN, 2001) contemporânea, caracterizada pela fluidez, flexibilidade e maleabilidade nas diferentes dimensões da vida e das instituições sociais. É neste contexto que o consumo tornou-se a força motriz da sociedade e fez ascender o consumismo, definido por Bauman (2008, p.41) como “um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes [...], transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade [...]”.

A antiga modernidade sólida esteve intimamente ligada à “ética do trabalho” que desencadeou o desenvolvimento da “sociedade de produtores”, calcada no progresso, na produtividade, na disciplina e na busca por segurança. Estimulava-se o desejo humano no sentido da ordenação, da regularidade e da durabilidade, com intuito de criar padrões de comportamento baseados na padronização e rotinização que atendessem aos interesses do sistema econômico. Nessa sociedade, “[...] a satisfação parecia de fato residir, acima de tudo, na promessa de segurança a longo prazo, não no desfrute imediato de prazeres. [...] Apenas bens de fato duráveis, resistentes e imunes ao tempo poderiam oferecer a segurança desejada” (BAUMAN, 2008, p.43).

Diferentemente da “sociedade de produtores” que prezava pela durabilidade e segurança, a “sociedade de consumidores” contemporânea se pauta pela instabilidade dos desejos, pela instantaneidade e pela falta de interesse no planejamento e armazenamento a longo prazo. Esta nova sociedade, moldada pela estética do consumo, assumiu como elemento central o consumismo. Nesse sentido, Bauman (2008, p.71) nos diz que ela “representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas”. Trata-se de uma espécie de afiliação defendida como o único estilo de vida aceito e com promessa de felicidade, que está atrelada muito mais à renovação crescente dos desejos do que à satisfação de necessidades. Como consequência, verifica-se a acentuada velocidade na aquisição e substituição de bens de consumo, numa busca sem fim da felicidade.

Diante desse contexto de centralidade do consumismo inerente à lógica da “sociedade de consumidores” da “modernidade líquida”, voltamos a nossa atenção para as práticas de consumo de jovens estudantes da Educação de Jovens e Adultos (EJA). Abordar a temática do consumo, central para o campo da Educação Ambiental, com sujeitos estigmatizados pela sociedade em sua condição juvenil e, mais ainda, por pertencerem a uma modalidade de ensino pouco valorizada e pensada para a juventude, foi um imenso desafio.

Em decorrência do processo de juvenilização da EJA verificado nas últimas décadas (ROSA, 2020), entendemos que o desenvolvimento de pesquisas com esses jovens é essencial para a construção de um processo de ensino e aprendizagem mais potente e condizente com as especificidades desses sujeitos e seus contextos.

O presente trabalho é oriundo de uma dissertação de mestrado que teve por objetivo compreender a relação de jovens da EJA de uma escola da rede municipal de Itaboraí (RJ) com o consumo e as mediações realizadas pela instituição escolar em relação a esta temática. Trata-se de uma investigação realizada no contexto da pandemia da Covid-19, o que representou grandes desafios para o seu desenvolvimento e revelou fragilidades estruturais da Educação brasileira, especialmente da modalidade da Educação de Jovens e Adultos (EJA).

Buscaremos, neste artigo, destacar as narrativas, ressignificadas em mônadas, de jovens da EJA sobre o consumo e os atravessamentos da escola, intentando entender as particularidades desses sujeitos, seus contextos socioculturais e sua relação com esta temática.

Com uma abordagem teórico-metodológica ancorada em autores(as) afinados(as) com as perspectivas crítica e pós-crítica, apresentamos, na parte inicial do artigo, os percursos teórico-metodológicos com ênfase nas narrativas das “histórias de vida temática” (GOODSON, 2015) e na sua ressignificação em mônadas, inspirados, sobretudo, em Benjamin (1987). Em seguida, apresentamos algumas mônadas que nos ajudam a refletir sobre o objetivo do trabalho. Posteriormente, dialogamos com autores(as) e com as mônadas sobre as relações entre os(as) jovens da EJA com o consumo/consumismo e os atravessamentos da escola. Nas considerações finais, buscamos responder às questões mobilizadoras do

trabalho e sugerimos a integração das experiências dos sujeitos jovens da EJA e da problematização do consumo ao processo educativo.

Percursos teórico-metodológicos: narrativas das “histórias de vida temática” e ressignificação em mônadas

Com uma metodologia de base qualitativa, o presente trabalho foi desenvolvido em uma escola da rede pública de Itaboraí, município situado na região metropolitana do Rio de Janeiro. Os(as) entrevistados(as) foram jovens dos anos finais do ensino fundamental da Educação de Jovens e Adultos (EJA) do turno da noite. A faixa etária de referência foi a mesma adotada pelo Estatuto da Juventude (BRASIL, 2013), que situa os(as) jovens no período que vai dos 15 aos 29 anos de idade. Utilizou-se essa faixa etária para definir o grupo de pessoas que foi entrevistado, porém, sem considerar a idade como algo definidor do que é ser jovem.

Devido ao contexto pandêmico da Covid-19, a seleção dos sujeitos foi realizada a partir de um questionário elaborado no *Google Forms*, que foi preenchido e enviado por 23 alunos(as) no período de 24 julho a 04 de agosto de 2020. Inicialmente, oito estudantes aceitaram colaborar com a pesquisa. Porém, em decorrência do isolamento social proporcionado pela pandemia e das dificuldades associadas à comunicação à distância, conseguimos manter o contato apenas com cinco sujeitos para dar prosseguimento às entrevistas. Cada estudante escolheu o melhor dia e horário para a realização da entrevista remota, que ocorreu por meio de chamada de vídeo do aplicativo *WhatsApp* nos meses de dezembro de 2020 e janeiro de 2021.

O processo de investigação foi desenvolvido por meio de narrativas das histórias de vida temática, a qual “estabelece um foco particular e explora-o” (GOODSON, 2015, p.33). Compreendemos a narrativa não como instrumento, mas como elemento constituinte dos sujeitos.

O uso da narrativa no campo educacional se justifica na medida em que os seres humanos são organismos contadores de histórias. Quer individual quanto socialmente, o ser humano vive uma vida relatada. Nesse sentido, o estudo da narrativa representa o estudo das formas como os seres humanos experimentam o mundo. Desse modo, a educação representa a construção e a reconstrução de histórias pessoais e sociais. (RIBEIRO e BAPTISTA, 2015, p.19.731).

Ao se privilegiar a vida desses sujeitos relacionada a um tema específico, no caso o consumo, procurou-se entender os sentidos individuais/subjetivos inseridos em um

processo de constituição coletiva das dimensões sociais, históricas e culturais atreladas a essa temática.

Em consonância com a metodologia de Goodson (2015), procuramos desenvolver uma entrevista com poucas perguntas, assumindo uma postura de escuta da narração, com o mínimo de intervenções. Procuramos não criar uma padronização, mas construir, junto aos(as) entrevistados(as) um processo dialógico em torno do eixo principal: “história de vida atrelada ao consumo”. Nesse sentido, o traçado da entrevista foi construído colaborativamente entre o pesquisador e cada sujeito. No entanto, elementos eram introduzidos em diferentes momentos, tais como: experiências relacionadas com o consumo ao longo da vida (infância, adolescência e juventude); práticas de consumo; o contexto da pandemia da Covid-19 e alterações ou não da renda e dos hábitos de consumo; a vida escolar e a interrupção dos estudos; a temática do consumo na escola e projetos de vida associados ou não ao consumo.

O tratamento das narrativas das histórias de vida temática dos sujeitos entrevistados foi realizado a partir do suporte teórico-metodológico das mônadas. Trata-se de uma inspiração que advém, sobretudo, da obra “A Infância em Berlim por Volta de 1900” de Walter Benjamin (1987), na qual o autor desenvolveu a sua narrativa em forma de mônadas. Por meio delas, é possível perceber aspectos das experiências individuais da infância do autor, ressignificadas a partir do tempo presente enquanto adulto e articuladas com esferas sociais mais amplas.

As mônadas constituem “fragmentos narrativos imagéticos, que exibem os matizes de um todo, da mesma forma como ocorre com um caleidoscópio” (GOODSON e ROSA, 2020, p.95). Na perspectiva benjaminiana, as mônadas são fragmentos de histórias que possuem a possibilidade de revelar amplos contextos socioculturais. Trata-se de um “todo” que pode ser contado a partir de apenas um dos fragmentos ou da união deles. Benjamin se apropria desse conceito inspirado pelo diálogo com o físico Leibniz e concebe que “cada mônada pode ser um ‘espelho do universo’, que harmoniza em si o infinito e o particular” (BENJAMIN, 2007 *apud* GOODSON e ROSA, 2020, p.95). Ao mesmo tempo que as mônadas contêm especificidades, singularidades e subjetividades, elas também expressam dimensões mais amplas dos diferentes contextos espaciais e temporais.

Assim como Ramos (2012) e Goodson e Rosa (2020), apresentaremos o conjunto de mônadas, elaborado a partir das narrativas dos(as) alunos(as) da EJA, como um bloco único contendo a seleção de alguns fragmentos sem prévia categorização ou classificação, pois quem adensa a narrativa é o ouvinte. Dessa forma, antes de qualquer formulação analítica, possibilitamos aos leitores e leitoras a produção de compreensões e sentidos conforme seus contextos no adensamento das narrativas. “As mônadas nos possibilitam construir uma infinidade de significados e sentidos que não são únicos, mas múltiplos, historicamente constituídos e reconstituídos pelos diferentes sujeitos, situados em diferentes tempos e espaços” (RAMOS, 2012, p.201).

Mônadas: “centelhas de sentidos”

Nesta seção, apresentamos a seleção de algumas mônadas construídas a partir das narrativas dos cinco sujeitos jovens, que são identificados a partir nomes fictícios: Paulo (18 anos, casado e trabalhador informal da construção civil); Osmar (21 anos, casado, tem dois filhos e trabalha como auxiliar de serviços gerais em uma cervejaria); Miguel (27 anos, casado, tem um filho e trabalha como repositor em um mercado); Maria Clara (26 anos, tem dois filhos, está desempregada e faz “bicos” com vendas) e Sonia (29 anos, está namorando, tem três filhos e trabalha como ajudante de cozinha).

Assim como Rosa *et al* (2011, p.203), consideramos as mônadas “centelhas de sentidos que tornam as narrativas mais do que comunicáveis: tornam-nas experienciáveis”. Nos permitamos, então, embarcar nessas experiências.

Mônadas elaboradas a partir da narrativa do Paulo:

Mônada 1: Mãe, me dá? Eu não posso te dar

Ao longo do tempo difícil, algumas vezes faltava carne, outras vezes chegou a faltar também arroz e feijão, mas a gente sempre dava um jeito. Teve uma vez que a gente só comeu angu. Quando eu era criança eu tinha muita vontade de ter as coisas e não tinha. Eu via os outros terem, eu falava que também queria. Eu chegava para a minha mãe e pedia, mas ela falava que não poderia me dar porque não tinha condição. O que eu pedia muito a minha mãe era a pista da *Hot Wheels* e vídeo game. Vídeo game porque toda criança ama vídeo game. Então, meu colega tinha vídeo game e eu queria ter também. Assim, chegava em casa e pedia a minha mãe. Mãe, me dá? Minha mãe falava que não podia me dar. Eu não posso te dar. Isso daí foi o fim!

Mônada 2: Coisa mais linda que fica!

Eu gosto de comprar muita roupa! Perfume, então! Nossa, nem se fala! Bijuteria, coisa mais linda! Coisa mais linda que fica! Gosto muito de relógio, anel, cordão! Você via como eu ia para a escola, professor. Perfume não pode faltar. Quando falta, a gente se sente fedorento! Quando eu vou comprar roupa, eu vou de acordo como o meu bolso, eu vou freando por causa do meu bolso, senão ele chora depois. Eu também me baseio na marca para saber se a roupa é boa. Vou também por indicações.

Mônada 3: Eu tenho que me transformar!

Eu sempre fui vaidoso. Eu comprava roupa nova toda semana. Eu tinha que comprar uma sandália nova toda semana. A minha sandália empretecia, deixava ela para o serviço e comprava outra porque o meu foco era ela ficar branquinha. Toda semana eu tinha que ir ao barbeiro fazer a barba, cortar o cabelo e fazer sobrancelha. Depois eu voltava para casa, tomava um banho, me arrumava e ficava diferente. Eu me sentia bem assim. Não é para impressionar os outros e sim porque eu me sinto bem. Eu me sinto muito preso se eu não cortar o cabelo. Me sinto muito preso se eu não me transformar. Eu me sinto preso porque eu acho que não sou eu. Eu termino de cortar o cabelo, eu tenho que pintar porque eu acho que o meu cabelo é feio. Ele fica queimado de sol. Então, eu não gosto dele queimado! Eu tenho que me transformar! Eu pinto ele para dar uma cor, uma vida mais forte porque cabelo de gente negra não é bom, ele não é bom.

Mônada 4: Eu não tive acesso à plataforma

Se o tema do consumo foi trabalhado na escola eu não lembro. Eu não tive acesso à plataforma durante o ensino remoto. Quando eu cheguei a entrar na plataforma estava dando site esgotado, site muito cheio. Assim, eu pedi orientação na escola e começaram a me enviar o dever pelo *WhatsApp* mesmo. Quando as atividades passaram a ser impressas, eu passei a buscar na escola. Sabia algumas coisas, fazia em casa mesmo e depois entregava. Tinha muitas coisas que eu tinha dúvida, então estudava um pouco em casa para dar uma lembrada, com tempo.

Mônadas elaboradas a partir da narrativa do Osmar:

Mônada 5: Compulsão por compras

Eu sou um cara que pensa muito na alimentação. Primeira coisa que eu faço quando eu recebo é encher a dispensa, não deixando nada faltar em casa para as crianças. Aí depois, conforme eu falei, gosto sempre de comprar uma roupa, andar perfumado, cortar o cabelo.

Narrativas de jovens estudantes da EJA sobre consumo

Eu sou meio compulsivo, gosto muito de comprar. Os tipos de produtos que eu mais gosto de comprar é roupa, perfume, creme de cabelo, relógio, cordão, moto (gosto muito de moto), entre outras coisas. Eu tenho uma moto, carro ainda não, mas estou providenciando. Se Deus quiser até o meu aniversário eu chego lá.

Mônada 6: Meu sonho era ter uma moto!

O carro não é um sonho. O sonho meu era ter uma moto. Sempre quis ter porque quando eu ficava desempregado o que me salvava era a moto para fazer entrega, colocava no moto taxi. Então, isso gerava um sustento para mim. Eu gosto muito de andar de moto! É bom você trabalhar com o que você gosta. Então, eu gosto muito! Meu sonho era ter uma moto! Só que quando o cara cresce e atinge a maturidade na vida, o cara quer ter casa, carro, moto. Eu acho que não é só eu, mas 95% das pessoas da minha idade querem ter.

Mônada 7: Com estudo está difícil, imagina sem

Só uma coisa que eu mudaria na minha vida, o estudo. Eu queria ter me esforçado mais para fazer um curso profissionalizante. Eu gosto da área de contabilidade e negócios da Petrobrás, Comperj. Eu queria mais estudo para ter uma condição de vida melhor. Pretendo terminar meus estudos para fazer um curso e investir no meu lado profissional. Sem estudo, hoje em dia, está complicado. Com estudo está difícil, imagina sem.

Mônada 8: Sonhos e felicidade – Tudo envolve dinheiro!

Sonho é uma palavra muito forte, mas eu queria um serviço que ganhasse por volta de 5 mil mensais. Esse valor estaria bom para mim. Hoje em dia tudo envolve dinheiro! Se eu falar: eu quero viajar ou meu sonho é viajar, tem que ter dinheiro. Tem que ter uma condição financeira para dar uma vida boa para o filho. Meu sonho é ter uma BMW, envolve dinheiro. Tudo envolve dinheiro! A felicidade está associada ao dinheiro! Dinheiro não traz a felicidade, mas ajuda. É difícil ver um mendigo feliz!

Mônadas elaboradas a partir da narrativa do Miguel:

Mônada 9: O estudo é importante para crescer na vida

Eu não procuro um emprego melhor por causa do estudo mesmo. Eu me arrependi de ter parado de estudar. Se eu pudesse voltar atrás, eu nunca teria parado. Hoje eu estou vendo que o estudo é muito importante. O estudo é importante para crescer na vida. Crescer na vida significa ter dinheiro, não precisar de ninguém, ter seu próprio dinheiro. Meu sonho é crescer na vida. Quando eu era criança eu tinha o sonho de ser jogador de futebol.

A partir dos 19 anos meu sonho passou a ser crescer na vida, fazer um curso, uma faculdade de auxiliar administrativo. É uma área que eu gosto demais.

Mônada 10: Gastar e guardar

Eu gosto de fazer compra de comida. Eu gosto de hambúrguer, só bobeira. Se não é minha esposa para guardar o dinheiro, eu gasto tudo com bobeira, biscoito, salgado, Guaravita. Eu gasto muito com besteira! Eu dou o dinheiro todo para ela guardar para eu não gastar. Ela que é a financeira aqui de casa. Eu tenho um cuidado em relação a essa questão de estar comprando para o meu nome não ir para o SPC. Eu não gosto de dívidas.

Mônadas elaboradas a partir da narrativa da Maria Clara:

Mônada 11: Dar aos filhos o que não teve

Quanto ao consumo, eu também não posso falar que foi difícil porque, graças a Deus, o Senhor nos sustentou para dar tudo de bom aos nossos filhos. Tem coisas que eu não tive quando criança e que dou para os meus filhos. Eu procuro sempre dar o melhor para eles como brinquedos e coisas para eles comerem. Na minha infância minha mãe sempre dava nescau e outras coisas, mas eu pedia um danone e nem sempre ela conseguia dar, apesar de todo esforço. O salário era baixo, mas dava para comprar algumas coisas. Então, eu procuro dar para os meus filhos o que eu não tive e graças a Deus a gente consegue dar direitinho. Outras coisas que as vezes a gente queria e que nem sempre minha mãe podia dar eram roupas, brinquedos, essas coisas. Era assim: lançava aquela blusa, eu quero; eu quero aquela sandália; eu quero aquela boneca. Era mais esse tipo de coisa. Minha mãe falava assim: eu não posso, mas o dia que eu puder eu vou dar. Isso me tranquilizava muito.

Mônada 12: Voltar a estudar: incentivo de mãe

Eu adorava estudar! Gostava muito! Porém, devido eu ter engravidado, eu tive que parar. Eu achei que iria parar e nunca mais voltaria porque eu já tinha filho, então eu ficava com esse preconceito. A minha mãe me incentivou. Ela terminou os estudos, concluiu o ensino médio. Mesmo trabalhando, ela estudava a noite até conseguir terminar. Ela falou assim: lá tem vaga, vamos? Aí eu fui pra EJA. Nesse pouco tempo na EJA, eu lembro que o senhor trabalhou o consumo, mas agora não sei como explicar, mas eu sei que trabalhou.

Mônada 13: Eu gosto de comprar!

Eu gosto de comprar bastante! Eu e minha mãe estava falando sobre isso. Se eu fosse rica, eu ia ficar pobre rápido. Eu gosto de comprar! Eu gosto bastante de comprar coisas de

Narrativas de jovens estudantes da EJA sobre consumo

casa. Eu chego na loja, se eu tiver dinheiro, eu compro. Gosto de comprar vasilhas. Adoro vasilhas! Gosto também de tapete, prato, copo. Coisas pra dentro de casa. O consumo com as crianças é bastante. Sair com eles então, só Deus! É roupa, é brinquedo, é sandália. Se eu parasse de comprar um pouco eu teria mais dinheiro guardado para comprar a minha casa.

Mônada 14: Sonhos: casa própria e terminalidade dos estudos

Meu sonho agora é ter minha casa própria de novo. Já moramos numa casa própria, mas hoje não mais. É uma história bem complicada. A gente mora na casa do tio do meu esposo. Eu me sinto bem onde estou morando, mas ao mesmo tempo eu tenho medo do dono pedir a casa e eu ficar desesperada sem ter para onde ir. Eu não pago aluguel pois ele emprestou a casa pra gente. Já morei quase três anos de aluguel. Além da casa, outro sonho é terminar meus estudos e tentar uma faculdade pois é muito importante. A faculdade é importante porque eu acho que, além de um sonho, é uma conquista a gente chegar até a faculdade. Eu acho que vai mudar muito a nossa vida porque hoje tudo tem que ter estudo. Se eu não tivesse parado, hoje eu poderia ter algo melhor. Eu poderia já estar na metade ou já ter terminado a faculdade que eu queria fazer que é enfermagem. Poderia estar até trabalhando na área. Atualmente eu não estou trabalhando, só de vez em quando que eu faço um bolinho ou um paninho de crochê e vendo. Já trabalhei com vendas em loja e na casa de salgados.

Mônadas elaboradas a partir da narrativa da Sonia:

Mônada 15: Água com açúcar

Na minha infância, antes de chegar aos 12 anos e perder meu pai, ele corria muito atrás para nos sustentar. Ele vendia latinha, catava papelão pra gente sobreviver porque eram 5 crianças pequenas. Minha vida foi muito triste! A gente, às vezes, não tinha o que comer dentro de casa. Minha mãe tinha que ficar correndo e pedindo ajuda a um e a outro pra gente sobreviver (...). Tinha época que a gente passava fome porque não tinha o que comer. Às vezes tinha para o almoço, mas para a janta não tinha. Outras vezes a gente tinha que comer na janta e no café da manhã a gente não comia nada. A gente tomava muita água com açúcar de manhã quando não tinha café. Na época não tinha serviço fixo, mas ele catava latinha, papelão, ferro para vender e dar as coisas pra gente. Até que um dia ele conseguiu arrumar um serviço no posto. Foi aí que a nossa vida melhorou um pouquinho.

Mônada 16: Não sei se já é vício de comprar

Algumas vezes a gente gasta muito. A gente vai para a rua com cartão e deveria comprar só uma coisa, mas aí vai comprando outras e quando chega a fatura a gente tem até que parcelar em 10 vezes. Às vezes eu gasto com coisas desnecessárias. Não estou precisando, mas mesmo assim vou lá e compro. Não sei se já é vício de comprar, mas as vezes é assim. Meus filhos falam assim: mãe, você já comprou isso pra mim. E eu respondo: não tem problema, vou comprar outro. Às vezes tem algum lugar para ir, compro um sapato ou sandália diferente para eles. Mas eles falam que eu gasto muito. Se eu puder gastar, eu vou gastar.

Mônada 17: Eu gosto de ser vaidosa

Eu também sou muito vaidosa. Adoro sempre fazer meu cabelo. Se eu puder, toda semana eu faço a minha unha com a minha irmã que é manicure. Eu gosto de ser vaidosa. Na questão relacionada ao corpo eu sou muito enjoada. Eu fico com medo de engordar e ficar com o corpo feio. Também tenho preocupação em não ficar com espinha no rosto. Eu sou muito enjoada com essas coisas. A aparência é muito importante pra mim (...).

Mônada 18: As dificuldades do ensino remoto

No ano passado [2020] eu só tive acesso à plataforma da prefeitura uma vez. Eu não consegui entrar porque estava sem internet. Lá em casa estava sem *wi-fi*. A internet do telefone quase não pega direito. Aí fica um pouco complicado. Por isso, quase não entrei direito na plataforma do ensino remoto. Eu só pegava os deveres na escola para fazer em casa. Mas acho que não percebi nada nas atividades e nem na escola sobre a questão do consumo.

As relações dos(as) jovens da EJA com o consumo/consumismo na “sociedade de consumidores”

É interessante observar o imperialismo do consumo exercido pelas grandes corporações empresariais que integram o marketing midiático ao universo cultural de crianças e jovens. Na narrativa do Paulo (mônada 1), notamos o desejo por produtos do grande circuito mercadológico, como o vídeo game e a pista de carrinhos da *Hot Wheels* (famosa marca de carros de brinquedo americana). Costa (2009, p.26) expõe a sua “indignação em face da tirania do império do consumo que coloniza os desejos e as fantasias das crianças por este mundo afora”. As grandes empresas associadas à mídia

formam uma rede quase intransponível, aguçando desejos e mobilizando o consumismo desde a infância.

Somos educados desde criança a agir conforme os ditames pedagógicos engendrados pela cultura consumista na sociedade de consumidores. Um dos desdobramentos dessa pedagogia consumista é a “pressão constante para que sejamos alguém mais. [...] Mudar de identidade, descartar o passado e procurar novos começos, lutando para renascer – tudo isso é estimulado por essa cultura como um dever disfarçado de privilégio” (BAUMAN, 2008, p.128).

Essa pressão exercida pela cultura consumista para a constante renovação dos nossos anseios e planos de vida é um traço das narrativas que integram essa pesquisa. Na narrativa do Osmar, nota-se a pretensão por uma qualificação maior que possibilite a conquista de um trabalho com maior remuneração para o gozo de uma melhor qualidade de vida. O Miguel, insatisfeito com a sua colocação no mercado de trabalho, aspira concluir a educação básica para trabalhar na área administrativa. A Maria Clara vislumbra a possibilidade de cursar a faculdade de enfermagem para conseguir um emprego e também melhorar de vida. São sonhos e desejos que representam a superação de vidas marcadas por privações econômicas, afetivas e do direito à educação. Romper com esse passado significa conquistar uma posição socioeconômica melhor a partir de projetos e caminhos que se redefinem conforme o jogo da vida é atravessado pela cultura consumista.

Outra questão levantada em relação à sociedade contemporânea de consumidores é a transformação dos sujeitos em “objetos de consumo”, condição atrelada aos apelos sobre os corpos, englobando uma grande preocupação com a imagem e ressignificando-os segundo a lógica da sociedade do espetáculo da modernidade líquida. Essa preocupação com a imagem corporal foi bastante enfatizada na narrativa da Sonia (mônada 17).

Momo e Camozzato (2009) destacam que, na atualidade, são grandes os investimentos direcionados ao corpo, envolvendo sua transformação, diferenciação e adequação às novas tendências criadas pela sociedade de consumidores.

A preocupação com a imagem como forma de ser apreciado e consumido por nós mesmos e pelos outros é um aspecto bastante fomentado pela sociedade de consumidores. “*Eu gosto de comprar muita roupa! Perfume, então! Nossa, nem se fala! Bijuteria, coisa mais linda! Coisa mais linda que fica! Gosto muito de relógio, anel, cordão! Você via como eu ia para a escola, professor*” (PAULO, mônada 2). Esse trecho da narrativa do Paulo ilustra que

“colocar a si mesmo como uma imagem a ser apresentada, apreciada e, assim, consumida pelos demais é algo que traduz e sinaliza uma série de transformações que nosso tempo vem operando” (CAMOZZATO, 2009, p.44).

Percebemos, ainda, que os sujeitos são assimilados, mesmo que de modo diferenciado, por essa sociedade de consumidores, independentemente da sua classe social. “Nenhum consumidor pode ser desperdiçado e é preciso haver produtos para todos os perfis aquisitivos” (COSTA, 2012, p. 267). É nesse sentido que nessa sociedade há um amplo mercado destinado a suprir a demanda das classes populares com bens de consumo com valores diferenciados. Essa característica é evidenciada, por exemplo, na mônada 2, quando o Paulo cita o seu grande apreço por bijuterias.

Notou-se também, a partir da narrativa do Paulo, a dificuldade de reconhecimento da sua identidade fora do circuito da transformação da imagem conforme os apelos da sociedade de consumidores. Na mônada 3 – “Eu tenho que me transformar” –, percebemos que a aceitação do seu “eu” está condicionada aos preceitos estabelecidos por uma sociedade que condiciona o reconhecimento dos sujeitos a partir da transformação em mercadorias. Nessa sociedade, “ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável” (BAUMAN, 2008, p.20).

Apesar de reconhecermos a importância do sistema hegemônico na produção e incitação de desejos e consumo, não consideramos que os sujeitos integram essa sociedade de consumidores de forma irrefletida. Essa cultura não se mantém apenas a partir da influência dos setores produtivos do mercado e de sua rede de colaboradores, mas também pela vontade consciente dos sujeitos de serem aceitos, reconhecidos e valorizados por essa sociedade. A ideia do consumo como um ato irracional é fortemente criticada por Canclini (1997), que define o consumo como um conjunto de processos socioculturais de apropriação e usos dos produtos. Nessa perspectiva, as práticas de consumo – vão além de “simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas (...)” (CANCLINI, 1997, p.53).

Nesse sentido, a partir das narrativas dos(as) jovens entrevistados(as), percebemos que, apesar de suas práticas e vivências estarem imersas na cultura consumista da sociedade de consumidores, elas não se realizam de forma irracional; ao contrário, há

reflexões e estas são realizadas, por exemplo, sobre a relação entre poder aquisitivo e consumo, em medidas para poupar e frear o consumo e sobre a importância de um bem na promoção do sustento familiar.

Estas considerações, atreladas aos seus contextos socioculturais, podem ser verificadas nos seguintes trechos: *“Quando eu vou comprar roupa, eu vou de acordo com o meu bolso, eu vou freando por causa do meu bolso, senão ele chora depois”* (PAULO, mônada 2); *“(...) Eu dou o dinheiro todo para ela [esposa] guardar para eu não gastar. Ela que é a financeira aqui de casa. Eu tenho um cuidado em relação a essa questão de estar comprando para o meu nome não ir para o SPC. Eu não gosto de dívidas”* (MIGUEL, mônada 10); *“(...) Sempre quis ter [uma moto] porque quando eu ficava desempregado o que me salvava era a moto para fazer entrega, colocava no moto taxi. Então, isso gerava um sustento para mim”* (OSMAR, mônada 6).

A esse respeito, destacamos o pensamento de Aguiar e Nascimento (2018, p.25). Para estes autores, *“(...) o consumo também é um modo de identificação, reconhecimento, afirmação e comunicação, logo, seria ingenuidade considerar os consumidores apenas como vítimas dessa sociedade ou pessoas manipuladas por esse sistema (...)”*.

Os atravessamentos da escola em relação à temática do consumo

A quase unanimidade dos sujeitos da pesquisa declarou não lembrar ou não perceber a presença desta temática na escola. Dos cinco sujeitos entrevistados, apenas Maria Clara sinalizou que o consumo foi trabalhado pelo professor pesquisador. Porém, ela não soube explicitar de que forma a questão foi desenvolvida. Essa não identificação da temática do consumo nas práticas curriculares da escola por parte da maioria dos(as) entrevistados(as) pode estar atrelada ao recente retorno desses estudantes à escola e às dificuldades do ensino remoto vivenciadas por jovens da classe trabalhadora no contexto pandêmico.

Ao analisarmos os Referenciais Curriculares da EJA da rede municipal de ensino de Itaboraí elaborados em 2012, percebemos a abordagem disciplinar da temática do consumo em um documento do Ensino Fundamental I e em três documentos do Ensino Fundamental II (ITABORAÍ, 2012).

No Ensino Fundamental I, o consumo aparece nos referenciais curriculares da disciplina “História/Geografia” e no fundamental II, consta nos referenciais das disciplinas de Educação Física, Geografia e História.

Além da análise dos referenciais curriculares, buscamos investigar também as práticas pedagógicas desenvolvidas no Ensino Fundamental II da EJA no decorrer do ano de 2020 na unidade de referência desse estudo no sentido de verificar se houve a abordagem da temática do consumo. A restrição ao Ensino Fundamental II deve-se ao fato de os sujeitos entrevistados pertencerem exclusivamente a esse segmento.

Em decorrência da pandemia de Covid-19, as aulas presenciais na rede municipal de ensino de Itaboraí foram suspensas em março de 2020. Segundo Cunha Júnior *et al.* (2020), a modalidade da EJA é uma das mais vulneráveis pela interrupção das atividades presenciais devido ao perfil quase totalitário de estudantes da classe trabalhadora com histórico de exclusão social e marcados pela negação de direitos, como o acesso e permanência nos ambientes escolares.

Para dar prosseguimento ao ano letivo, a rede municipal de ensino de Itaboraí criou uma plataforma digital denominada de “Digita”, na qual os(as) docentes inseriam atividades pedagógicas para o acesso dos(as) estudantes. Porém, não foi realizado nenhum estudo prévio ou levantamento da viabilidade socioeconômica para a realização do ensino remoto, fato que culminou na baixa efetividade de tal modelo, ancorado em uma plataforma digital, como verificado com o alunado da unidade de ensino privilegiada nessa pesquisa. Em consonância com os estudos realizados por Cunha Júnior *et al.* (2020, p. 15), o nosso trabalho também evidenciou que, “além de ‘abrupto’, o ensino remoto vem desconsiderar todas as especificidades e demandas da EJA, bem como de seus sujeitos (...)”.

O contexto socioeconômico dos(as) alunos(as) da classe trabalhadora aliado à falta de estrutura para dar suporte aos(as) estudantes, corroboraram para a baixa frequência do acesso à plataforma.

A partir da análise das atividades inseridas na plataforma, constatou-se que as disciplinas Geografia e Língua Portuguesa foram as únicas que abordaram a temática do consumo via plataforma Digita no primeiro semestre letivo da EJA do ano de 2020, considerando apenas a unidade escolar privilegiada neste trabalho. Porém, inicialmente a plataforma não oferecia nenhuma forma de registro dos(as) estudantes que estavam tendo acesso à mesma e nem as devolutivas das atividades. A constatação do baixo número de estudantes com acesso à plataforma só foi feita posteriormente a partir de um levantamento realizado, via telefone, pela unidade escolar. Ao constatar as dificuldades

ocorridas no acesso à plataforma, a instituição passou a disponibilizar, no segundo semestre de 2020, atividades impressas para os(as) alunos(as).

Sendo assim, a maior parte dos(as) entrevistados(as) não conseguiu identificar a abordagem da temática do consumo, fato associado aos problemas anteriormente citados, como podemos perceber nas narrativas do Paulo (Mônada 4): *“Se o tema do consumo foi trabalhado na escola eu não lembro. Eu não tive acesso à plataforma durante o ensino remoto (...)”* e da Sonia (Mônada 18): *“No ano passado [2020] eu só tive acesso à plataforma da prefeitura uma vez. Eu não consegui entrar porque estava sem internet. Lá em casa estava sem wi-fi. A internet do telefone quase não pega direito”*.

Essa questão também pode estar associada ao processo de desmonte e de desqualificação da EJA apontado por Rummert (2019). Os investimentos governamentais direcionados a esta modalidade estão longe de uma isonomia com os destinados à educação regular. Segundo a mesma autora, a pressão social de defesa e apoio da modalidade ainda é bastante incipiente, o que fragiliza a sua sustentação como política pública. Esse cenário é concretizado a partir uma série de fatores, tais como: a redução de turmas e da oferta de vagas; currículos caracterizados pela aceleração e ênfase na certificação precária; a carência de formação específica inicial e continuada para os(as) professores(as) da EJA, dentre outros (RUMMERT, 2019). De acordo com Rummert (2019, p.389), tais problemas são inerentes à lógica dominante que *“considera desnecessário ou pouco estratégico assegurar a milhões de jovens e adultos o direito objetivo e subjetivo à educação plena, à formação integral”*.

Portanto, o contexto pandêmico e a interrupção das aulas presenciais representaram grandes desafios ao processo de ensino e aprendizagem no ano letivo de 2020, agravando a situação de exclusão social, sobretudo em relação aos(as) estudantes da EJA. Diante do exposto, a investigação curricular a partir das perspectivas dos(as) alunos(as) sofreu graves limitações. Acrescenta-se também que a maioria dos(as) jovens entrevistados(as) somente retornou aos estudos no início do ano de 2020, ou seja, seu vínculo é bastante recente com a unidade de ensino.

Considerações finais

Os sujeitos integrantes desse estudo pertencem à classe trabalhadora. São jovens que sofreram, ao longo das suas trajetórias de vida, privações em diversas dimensões: econômica, afetiva, escolar, dentre outras.

Independente das condições socioeconômicas ou classe social, todos e todas integram, mesmo que desigualmente, a sociedade líquido-moderna de consumidores (BAUMAN, 2008) e são instigados(as) a retroalimentar o sistema via consumo.

É relevante ressaltar que as narrativas dos(as) estudantes entrevistados(as) revelaram o desejo por melhorias socioeconômicas intrinsecamente associadas ao ato de expansão do consumo. “Melhorar de vida”, na concepção deles(as), significa ter uma renda maior que proporcione condições mais amplas de acesso aos bens de consumo. Nesse sentido, “para lograr mobilidade e êxito social, que atualmente parece traduzir-se em maior visibilidade individual e maior usufruto de produtos e serviços, é demandado ao jovem – e a todos nós – que aumente sua potência para produzir e intensifique seu ritmo de consumo (...)” (HENNIGEN, WALTER e PAIM, 2017, p. 721).

Quanto aos aspectos singulares do público da EJA, além da grande distorção idade/série comum à maioria dos(as) estudantes dessa modalidade de ensino, notamos que esses sujeitos estão inseridos no mundo do trabalho, seja de modo formal ou informal, com baixas remunerações. Acrescenta-se também que os(as) jovens entrevistados(as) são casados(as) e a maioria tem filhos(as). Essas peculiaridades acabam interferindo em suas demandas e práticas de consumo, que estão muito atreladas a esses contextos de “sustento” familiar.

Ainda que os(as) jovens da nossa pesquisa não tenham sinalizado questionamentos em relação ao *modus operandi* do sistema capitalista, o consumismo e as consequências deste modelo societário, eles(as) deixaram evidente que suas práticas de consumo não são realizadas de forma mecânica. Ao contrário, integram aspectos conscientes/reflexivos inerentes aos seus contextos socioculturais.

Quanto à mediação realizada pela escola, a não identificação do tema do consumo nas práticas pedagógicas pela grande maioria dos(as) entrevistados(as) sinalizou vulnerabilidades acentuadas pelo contexto pandêmico na educação brasileira, especialmente em relação à modalidade da Educação de Jovens e Adultos, que vem sofrendo com a negligência e invisibilidade política e social.

Mesmo diante de todos os problemas estruturais atrelados à lógica dominante em relação à EJA, acreditamos e defendemos esta modalidade como um direito e como forma de emancipação do sujeito. A partir das narrativas das histórias de vida dos(as) jovens

entrevistados(as) da EJA, percebemos o quanto esses sujeitos apresentam trajetórias de superação e de resistência. Suas experiências são bastante potentes e devem ser integradas ao processo educativo. Esse é um passo possível e necessário para iniciarmos um processo de subversão dessa lógica dominante e viabilizar a formação integral desses sujeitos.

Freire (2006) alerta-nos que estamos imersos em um mundo onde a ética do mercado e do neoliberalismo globalizante, se sobrepõe à ética humana. A lógica mercadológica do sistema, associada à sociedade de consumidores, nos “desumaniza” e nos transforma em mercadorias. Apesar dos condicionamentos produzidos por esse sistema perverso, acreditamos que, a partir da problematização de temáticas como o consumo, especialmente em espaços escolares de classes populares, possamos construir caminhos que corroborem para o questionamento e a transformação política, social e ambiental.

Referências

AGUIAR, D. C. V.; NASCIMENTO, F. D. S. do. Consumo, consumismo e seus aspectos transversais: uma revisão de literatura. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v.52, p. 1-27, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacfh/article/view/2178-4582.2018.e54740/40084>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, W. A Infância em Berlim por volta de 1900. In: BENJAMIN, W. **Obras Escolhidas II: Rua de mão única**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

BRASIL. **Lei n.12.852**, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude – SINAJUVE. Brasília – DF: Diário Oficial da União, publicado em 06 ago. 2013.

CAMOZZATO, V. C. Imagem e consumo nas produções de si. In: COSTA, M. V. (org.). **A educação na cultura da mídia e do consumo**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. p. 44-46.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

COSTA, M. V. Pobre menina pobre, colonizaram até seus sonhos. In: COSTA, M. V. (org.). **A educação na cultura da mídia e do consumo**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009, p. 26-29.

COSTA, M. V. Imagens do consumismo na escola – a produtividade da cultura visual. **Instrumento**: Rev. de est. e pesquisa em educ. Juiz de Fora, v.14, n.2, p.263-272, jul/dez. 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/revistainstrumento/article/view/18774>>. Acesso em: 18 mar. 2020.

CUNHA JÚNIOR, A. S. et al. Educação de Jovens e Adultos (EJA) no contexto da pandemia de Covid-19: cenários e dilemas em municípios baianos. **Revista Encantar** – Educação, Cultura e Sociedade, Bom Jesus da Lapa, v.2, p.01-22, jan./dez. 2020. Disponível em: <<https://www.revistas.uneb.br/index.php/encantar/article/view/9357>>. Acesso em: 16 fev. 2020.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 33ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

GOODSON, I. **Narrativas em Educação**: a vida e a voz dos professores. Coleção Educação e Formação. Porto: Editora Porto, 2015.

GOODSON, I. F.; ROSA, M. I. P. "Oi Iv, como vai? Boa sorte na escola!" notas (auto)biográficas constitutivas da história de vida de um educador. **Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)Biográfica**, Salvador, v.05, n.13, p.91-104, jan./abr. 2020. Disponível em: <<https://www.revistas.uneb.br/index.php/rbpab/article/view/7506/pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2020.

HENNIGEN, I.; WALTER, B. E. P.; PAIM, G. M. Consumo, dinheiro e diferenciações sociais: ditos de jovens em uma pesquisa-intervenção. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v.37, n.3, p.711-724, jul./set. 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/pcp/v37n3/1982-3703-pcp-37-3-0711.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2021.

ITABORAÍ. **Referenciais curriculares da Educação de Jovens e Adultos da rede municipal de ensino de Itaboraí**. SEMEC, [2012].

MOMO, M.; CAMOZZATO, V. C. O inescapável consumo de si mesmo: pensando a fabricação dos sujeitos contemporâneos. In: COSTA, M. V. (org.). **A educação na cultura da mídia e do consumo**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. p. 38-40.

RAMOS, T. A. **Um estudo genealógico da constituição curricular do curso de licenciatura integrada em química/física da Unicamp (1995 a 2011)**. 2012. 296f. Tese (Doutorado em Educação). Universidade Estadual de Campinas. Campinas-SP, 2012. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/250938>>. Acesso em: 12 fev. 2021.

RIBEIRO, A. E. do A.; BAPTISTA, A. R. Reflexões sobre o uso de narrativas na pesquisa sobre saberes e formação docente no contexto brasileiro: limites e possibilidades. In: EDUCERE - XII Congresso Nacional de Educação: Formação de Professores, complexidade e trabalho docente, 2015, Curitiba. **Anais...** Curitiba: PUC-PR, 2015, p.19730-19742. Disponível em: <https://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2015/20911_9141.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2019.

ROSA, M. I. P. et al. Narrativas e mônadas: potencialidades para uma outra compreensão de currículo. **Currículo sem Fronteiras**, v.11, n.1, p.198-217, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.curriculosemfronteiras.org/vol11iss1articles/rosa-ramos-correa-junior.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2021.

ROSA, P. da S. A juvenilização da Educação de Jovens e Adultos: o caso da E.M. Professora Marly Cid Almeida de Abreu. In: RIBEIRO, G. et al. (Org.). **Visões sobre ensino e educação**. Rio de Janeiro: Pembroke Collins, 2020, p.437-455.

RUMMERT, S. M. A Educação de Jovens e Adultos da classe trabalhadora sob o fogo cruzado da Pedagogia do Medo. **Educação**, Porto Alegre, v.42, n.3, p.387-395, set.-dez. 2019. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/faced/article/view/33784>>. Acesso em: 01 mar. 2021.

Sobre os autores

Peter da Silva Rosa

Mestre em Educação (PPGE/UFF). Especialista em Planejamento e Educação Ambiental (UCAM) e também em Cartografia, Geotecnologias e Meio Ambiente no Ensino (UFF). Professor de geografia da rede municipal de Itaboraí (RJ) e da rede estadual do Rio de Janeiro. Pesquisador associado ao grupo de pesquisa Currículo, Docência e Cultura (CDC/CNPq) e também ao grupo de pesquisa Geoinformação em Projetos Educativos (GEOEDUC/CNPq).

E-mail: profpeterrosa@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6052-2682>

Maria Jacqueline Girão Soares de Lima

Doutora em Educação (PPGE/UFRJ). Professora da Faculdade de Educação da UFRJ e do Programa de Pós-Graduação em Educação da UFF. Coordenadora do projeto de extensão e pesquisa Educação Ambiental para professores da Escola Básica: perspectivas teóricas e práticas (EAPEB). Pesquisadora associada ao grupo de pesquisa Currículo, Docência e Cultura (CDC/CNPq).

E-mail: giraojac@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4419-3468>

Recebido em: 07/09/2021

Aceito para publicação em: 05/10/2021