



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

DISSERTAÇÃO

Juventude Rural, Consumo e Cultura Material: Um Estudo em São Pedro da Serra, Nova Friburgo/RJ

Lucas Ramos dos Santos

Novembro 2020

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

**Juventude Rural, Consumo e Cultura Material: Um Estudo em São Pedro
da Serra, Nova Friburgo/RJ**

Lucas Ramos dos Santos

Sob a orientação da Professora
Maria de Fátima Ferreira Portilho

Dissertação de Mestrado submetida
como requisito parcial para a
obtenção do grau de Mestre em
Ciências Sociais, no Programa de
Pós-Graduação de Ciências Sociais
em Desenvolvimento, Agricultura e
Sociedade.

Rio de Janeiro, RJ
Novembro de 2020

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S237j Santos, Lucas Ramos dos, 1988-
Juventude Rural, Consumo e Cultura Material: Um
Estudo em São Pedro da Serra, Nova Friburgo/RJ /
Lucas Ramos dos Santos. - Rio de Janeiro, 2020.
111 f.: il.

Orientadora: Maria de Fátima Ferreira Portilho.
Tese(Doutorado). -- Universidade Federal Rural do Rio
de Janeiro, Programa de Pós-Graduação de Ciências
Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade,
2020.

1. Consumo. 2. Juventude Rural. 3. Cultura
Material. 4. São Pedro da Serra. I. Portilho, Maria
de Fátima Ferreira, 1967-, orient. II Universidade
Federal Rural do Rio de Janeiro. Programa de Pós
Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento,
Agricultura e Sociedade III. Título.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA)

LUCAS RAMOS DOS SANTOS

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

Dissertação aprovada em 17/11/2020.

Conforme deliberação número 001/2020 da PROPPG, de 30/06/2020, tendo em vista a implementação de trabalho remoto e durante a vigência do período de suspensão das atividades acadêmicas presenciais, em virtude das medidas adotadas para reduzir a propagação da pandemia de Covid-19, nas versões finais das teses e dissertações as assinaturas originais dos membros da banca examinadora poderão ser substituídas por documento(s) com assinaturas eletrônicas. Estas devem ser feitas na própria folha de assinaturas, através do SIPAC, ou do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) e neste caso a folha com a assinatura deve constar como anexo ao final da tese / dissertação.

Prof. Dra. MARIA DE FÁTIMA FERREIRA PORTILHO (CPDA/UFRRJ)

(Orientadora)

Prof.^a Dr.^a ELISA GUARANÁ DE CASTRO (CPDA/UFRRJ)

Prof.^a Dr.^a SHIRLEY ALVES TORQUATO (UNIVERSO)

A todos e todas que vieram antes de mim, minha mais humilde saudação.

Bí okò babèrè, ókò ní rí idáhún
Do Yorubá, “Se a pergunta nunca é feita, nunca se obterá resposta”

Èni bá ẹ̀e oun tí ẹ̀nikan ò ẹ̀e rí á rí ohun tí ẹ̀nikan ò rí rí
Do Yorubá, “Quem faz o que ninguém fez, vai experimentar aquilo que ninguém experimentou”

AGRADECIMENTOS

Essa dissertação precisa ser lembrada como uma construção coletiva, não necessariamente pela escrita, mas pelo apoio recebido para que tivesse êxito na pesquisa e na análise dos dados. E primeiramente, agradeço aos meus guias e mentores espirituais, que me proporcionaram a tranquilidade e o foco necessários para seguir em frente.

Um agradecimento especial à CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, pela concessão da bolsa que proporcionou o apoio financeiro necessário para garantir a presenças nas aulas, a realização do campo exploratório e a finalização da pesquisa.

Gostaria também de agradecer a três mulheres, em especial, que, sem seus apoios, nada disso poderia ser realizado. São elas, Silvana Barbosa Ramos dos Santos, Roberta da Silva Calixto dos Santos e Marli da Silva.

À Silvana – minha mãe – todo meu agradecimento pela paciência e, principalmente, pela confiança, que mesmo não sabendo muito bem o que pesquiso e realizo na academia, nunca deixou de me apoiar; à Roberta – minha companheira e confidente – eu peço desculpas pelos destemperos durante a concepção da pesquisa e agradeço pelo companheirismo, apoio, incentivo e colo – dado sempre nas horas que duvidei de minha capacidade; e à Marli – minha sogra – eu agradeço por ter me recebido em seu lar como um filho, me dando o suporte, força e ouvindo sempre minhas dúvidas, questionamentos e desconfianças. A todas vocês, um “muito obrigado” não faria jus a todo o desprendimento e acolhimento.

À minha orientadora – Fátima Portilho – eu agradeço principalmente pela paciência. Por me ajuda a desconstruir conceitos que carrego desde a minha graduação, por me ajudar a retornar ao foco quando apresentava algum desvio dos objetos da pesquisa, por me guiar por novos olhares de ciências que ainda eram muito desconhecidas para mim e por me apresentar novos prismas em relação ao consumo.

Às professoras Elisa Guaraná e Shirley Torquato, pelas contribuições, tanto na qualificação, quanto na banca final da dissertação. Suas contribuições foram extremamente importantes para a realização do trabalho.

À Maria Cristina Giorgi, pois sem seu apoio não conseguiria realizar as entrevistas e sistematiza-las; agradeço também pela força e pelas dicas para manter o foco e a vontade de realizar o trabalho

Agradeço imensamente à minha turma de 2018, pelas amizades novas, pelas discussões, pelo apoio, pelo companheirismo e, principalmente, por termos um relacionamento de não competição, o que tornou a convivência nas aulas e nos espaços do CPDA algo muito saudável e agradável.

Aos professores e às professoras, eu dedico a minha continuidade na academia. Sem vocês, eu não teria a possibilidade – e nem a coragem! – de seguir em frente, conseguindo enxergar melhor o horizonte profissional.

Aos funcionários e funcionárias do CPDA, eu agradeço porque, sem vocês, o funcionamento do programa seria impossível. Vocês são imprescindíveis e, sem vocês, nenhum grau – seja de mestrado ou doutorado – seria concedido.

Por fim, agradeço à Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, pela qual tenho tanto apreço e que defendo em todos os espaços que integro, que soube me receber – quando ainda tinha 17 anos – no início da minha graduação, no ano de 2006, e me apresentou duas ciências que tenho orgulho de estudar e que prometo sempre estar contribuindo com as mesmas: as Ciências Econômicas e as Ciências Sociais.

Muito Obrigado!

RESUMO

RAMOS DOS SANTOS, Lucas. Juventude Rural, Consumo e Cultura Material: Um Estudo em São Pedro da Serra, Nova Friburgo/RJ. 2020, 112p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

As pesquisas acadêmicas que se dedicam a compreender as juventudes rurais costumam enfatizar temas como permanência no campo e trabalho. Esta pesquisa, entretanto, propõe uma análise de temas pouco abordados nos estudos sobre juventude rural: sua relação com o consumo e com a cultura material. O local escolhido para a pesquisa de campo foi o distrito de São Pedro da Serra, em Nova Friburgo/RJ. A partir de entrevistas com jovens deste território, identificamos quatro categorias que atravessam seus cotidianos: vestuário, tecnologias de comunicação digital, transporte e desperdício. A análise destas categorias nos possibilitou construir uma visão inicial sobre a relação destes jovens com o consumo e a cultura material. As entrevistas revelaram, ainda, particularidades na forma com que os jovens rurais lidam com a possibilidade de se fixarem em seu território e como “driblam”, principalmente através das compras pela internet, as limitações impostas por residirem longe dos centros urbanos, com maior disponibilidade e variedade de mercados. Embora não seja possível, nos limites desta pesquisa, chegar a conclusões amplas, esperamos contribuir para a construção, nos estudos rurais, de um olhar sobre práticas cotidianas invisibilizadas, mas que também ocorrem nestes espaços, como as compras e a manipulação do mundo material.

Palavras-chave: Juventude Rural; Consumo; Cultura Material; São Pedro da Serra

ABSTRACT

RAMOS DOS SANTOS, Lucas. Rural Youth, Consumption and Material Culture: A Study in São Pedro da Serra, Nova Friburgo/RJ. 2020, 110p. Dissertation (Postgraduate Program of Social Sciences in Development, Agriculture and Society). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2020.

Academic researches dedicated to understanding rural youth tend to focus on topics such as permanence and work. This research, however, proposes an analysis of topics rarely addressed in studies on rural youth: Consumption and Material Culture. The site chosen for the field research was the district of São Pedro da Serra, in Nova Friburgo/RJ (Brazil). From interviews with young people living in this territory, we identified four categories that cross their daily lives: clothing, digital communication technologies, transportation and waste. The analysis of these categories allowed us to build an initial view on the relationship of these rural youths with consumption and material culture. The interviews also revealed particularities in the way that young rural people deal with the possibility of settling in their territory and how they “dribble”, mainly through internet shopping, the limitations imposed by living far from urban centers, with greater availability and variety of markets. Although it is not possible, within the limits of this research, to reach broad conclusions, we hope to contribute to the construction, in rural studies, of a look at invisible daily practices, but which also occur in these spaces, such as purchases and the manipulation of the material world.

Keywords: Rural Youth; Consumption; Material Culture; São Pedro da Serra

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Área de estudo.....	21
Figura 2. Colônia Suíça de Nova Friburgo.....	22
Figura 3. Praça das Bandeiras no Centro de Nova Friburgo	24
Figura 4. Praça do Coreto de São Pedro da Serra.....	31

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO I – NOVA FRIBURGO E O DISTRITO DE SÃO PEDRO DA SERRA: UMA BREVE HISTORIOGRAFIA TERRITORIAL	21
1.1. Da Colonização aos Dias Atuais	22
1.1.1. A Economia de Nova Friburgo	26
1.1.2. A Influência da Colonização na Cultura Friburguense	29
1.2. Os Distritos de Nova Friburgo	29
1.3. São Pedro da Serra	31
1.3.1. Cultura e População	33
1.3.2. Base Socioeconômica da Região	34
CAPÍTULO II – CONSUMO COMO CULTURA MATERIAL E OS ESTUDOS DE JUVENTUDE RURAL NO BRASIL	35
2.1. A Cultura de Consumo	40
2.1.1. A Crítica à Alienação da Sociedade Consumista	42
2.2. Consumo e Cultura Material	45
2.3. Estudos sobre juventude Rural no Brasil	51
2.3.1. O “Ressurgimento do Rural” e o Debate Sobre Juventude	56
2.4. Comprar e Consumir como Práticas Sociais	60
2.4.1. Teoria das Práticas	63
2.5. As Práticas de Consumo	68
2.5.1. O Acesso ao Círculo de Trocas	72
2.5.2. Os Significados Sociais das Coisas	75
CAPÍTULO III – A JUVENTUDE DE SÃO PEDRO DA SERRA	78
3.1. O Ponto de Cultura e Memória Rurais	79
3.2. A Juventude de São Pedro da Serra e a Cultura Material	82
3.2.1. Vestuário	84
3.2.2. Tecnologias de Comunicação e Informação	88
3.2.3. Transporte	93
3.2.4. Desperdício	95
Considerações finais	99
Referências bibliográficas	101
Anexos	105

INTRODUÇÃO

Todo economista, seja profissional ou estudante no início de sua graduação, já se deparou com a prática e o debate sobre consumo. Seja na simples compra de seus livros, cadernos e materiais para faculdade, seja no estudo das curvas de equilíbrio da economia (Demanda e Oferta), seja quando é questionado sobre a otimização de um processo de produção e em como facilitar o escoamento de bens e mercadorias produzidas. E para responder tal questionamento, normalmente apresentamos o incentivo ao aumento do consumo como “verdade universal”.

Desde os cursos básicos das faculdades de Ciências Econômicas, o consumo é ensinado como uma variável importante, tanto na Escola Clássica, fundada por Adam Smith, quanto na Escola Macroeconômica de John Maynard Keynes, passando pelo marginalismo e até mesmo pelo estruturalismo cepalino. As escolas de economia oferecem compreensões diferentes sobre o consumo: podem repudiar o consumo exacerbado; incentivar o consumo para que a economia continue a circular; salientar que o consumo é induzido pela quantidade de oferta; que é o consumo registrado anteriormente que projeta a oferta futura. Ou seja, o consumo tomaria, de um lado, a forma de indutor da economia e da produção das firmas, um indutor do crescimento econômico e, por outro lado, teria um aspecto negativo que não se adequaria ao planejamento do desenvolvimento econômico de um país.

Na Análise Microeconômica, temos a Teoria da Firma, onde o corolário fundamental é equilibrar a função de produção: maximizar os lucros com menor custo possível (Pindyck, 1998). A função do economista, de acordo com a Teoria da Firma, é ser um agente que proverá o máximo de lucro com os recursos que tem a sua disposição, considerando inúmeras variáveis, como escassez de insumos, número limitado de mão de obra, concorrência imperfeita do mercado, oscilação de preços (inflação) e expectativas de consumidores.

Do lado das teorias microeconômicas, a que chama a atenção para uma análise do comportamento e do consumo é a Teoria do Consumidor. Mas, ao contrário do que se poderia esperar de tal teoria, ela não foge à lógica mercadológica, racional e individualizante do *mainstream* econômico, fixando o debate na melhor alocação dos recursos pelos indivíduos e levando em consideração apenas alguns poucos atributos que direcionariam a análise individual: os indivíduos seriam racionais, buscariam sempre maximizar sua satisfação (utilidade) e seriam dotados de toda informação possível para fazer as melhores escolhas no

mercado. Na Teoria do Consumidor, vemos uma “desumanização” das ações humanas e uma padronização das escolhas individuais e dos indivíduos.

Dessa forma, considerando uma economia capitalista, qual seria o papel do indivíduo com relação ao consumo? Seria o indivíduo um agente passivo e determinado por decisões econômicas de agentes macroeconômicos, que guiariam sua forma de agir, pensar e consumir? Da mesma forma, há divergências entre as escolas sobre a compreensão do papel do indivíduo no consumo.

Algumas teorias econômicas tentam “explicar” o comportamento dos indivíduos, mas não se esforçam para entender como as pessoas agem, e sim, como elas devem/deveriam agir, como é o caso do *behaviorismo*¹. A economia comportamental utiliza-se dos estudos comportamentais do *behaviorismo* para explicar as decisões econômicas dos agentes individuais. Não leva em consideração que a decisão das pessoas não segue, necessariamente, um padrão racional fixo, mas responde a imperativos culturais, morais e sociais que dão significado às coisas compradas, recebidas ou trocadas.

As teorias econômicas supracitadas sempre nos trazem inquietações. Não há como ter como “assunto dado” que a ótica economicista consegue explicar qualquer problema, seja ele puramente econômico, social ou político (ou os três), simplesmente analisando comportamentos, influenciando-os e tratando os indivíduos de forma utilitarista, na melhor forma do *homo economicus*.

Na verdade, o debate *crescimento econômico versus desenvolvimento econômico* é um dos motivos da busca por uma compreensão mais aprofundada sobre o consumo. No crescimento, leva-se em consideração a produção, ou seja, como um país consegue melhorar seu comércio, tanto interno quanto externo; como as fábricas, indústrias, e multinacionais intensificam sua função-produção, maximizam suas capacidades produtivas e caminham em direção à minimização dos seus custos. Ou seja, o que importa, neste caso, é a oferta e a sua realização no mercado. Já no desenvolvimento econômico, leva-se em consideração o indivíduo, a sociedade e a preocupação em como a população pode ter acesso qualitativo a direitos básicos e ao emprego e como pode melhorar a qualidade de vida.

¹ Doutrina oriunda da Economia Comportamental, que analisa os hábitos e comportamentos, fazendo uso da psicologia para explicar decisões econômicas, onde fatores externos são internalizados e passam a fazer parte do cotidiano individual, influenciando-o.

A dúvida não pode ser simplesmente *por que as pessoas consomem* – nesse caso, se referindo à compra – mas sim, compreender como e onde consomem; como escolhem alocar seus recursos; como respondem à moda; se são influenciados pela mídia, pela propaganda e pelo grupo social do qual fazem parte; como lidam e manipulam o mundo material disponível; como os bens de consumo participam da construção das identidades. A inquietação leva a uma tentativa de compreender *o outro lado*, ou seja, o lado de quem escolhe, compra e usa os bens, e não o lado de quem produz e precisa vender e escoar sua produção.

No entanto, essas inquietações nos trazem uma grande problemática: como pesquisar o consumo, o consumidor e a relação deste com o mundo material, suas lógicas e suas práticas? As Ciências Econômicas não permitem captar a complexidade deste fenômeno – nem na teoria clássica, nem na teoria marxiana – pois ambas têm como foco a produção, ou seja, a oferta. A solução foi buscar autores e abordagens teóricas em outras disciplinas, como a Antropologia e a Sociologia. Ao nos aproximarmos destas disciplinas, tivemos acesso a outras bibliografias e outros debates teóricos.

Analisando as diversas visões sociológicas e antropológicas sobre as sociedades e culturas do consumo, Barbosa (2004) mostra um primeiro conjunto de autores, composto por Jean Baudrillard, Frederic Jameson e Zygmunt Bauman, entre outros, que adota uma postura teórica universalizante sobre o significado e o papel do consumo, sem distinguir os múltiplos significados e práticas de consumo entre os diferentes grupos sociais. Estes autores analisam o que chamam de “cultura de consumo”, entendida como própria e exclusiva das sociedades pós-modernas, associada com estilos de vida, identidades e estetização e comoditização da realidade, além de atributos negativos como superficialidade, individualidade, materialismo e perda da autonomia e do interesse pelo coletivo, reduzindo o cidadão à esfera do consumo. Tais abordagens associam, automaticamente, o consumo com a desagregação dos laços societários, mantendo o debate no âmbito moral e moralizante. Neste caso, a crítica social se sobressai em relação à fundamentação empírica e sociológica sobre o consumo e sobre a visão dos agentes sociais sobre seus próprios atos.

No entanto, ainda para Barbosa (2004), um segundo conjunto de autores, cujas obras são produzidas a partir do final da década de 1970, contribui com análises mais consistentes do consumo enquanto fenômeno sociocultural, e indo além da crítica moral: Pierre Bourdieu, Mary Douglas, Arjun Appadurai, Daniel Miller, Colin Campbell e Alan Warde, entre outros. Tais autores inauguram uma abordagem sobre o consumo baseada em dados empíricos e, mesmo guardando diferenças em suas abordagens, concordam que o consumo é central no processo de

reprodução social de qualquer sociedade; que consumir é uma forma de utilizar elementos da cultura material como forma de construção e afirmação de identidades, comunicação de valores, distinção social e hostilidade cultural.

Começamos com a contribuição de Pierre Bourdieu, que, em 1979, publicou o livro “A Distinção: Crítica Social do Julgamento” (BOURDIEU, 2007). Para o autor, o consumo é motivado pela necessidade de distinção social das várias “frações de classe”, resgatando e indo além da proposição inicial de Thorstein Veblen, que havia analisado o consumo conspícuo das classes abastadas. As demais classes, para Bourdieu (2007), também buscam atingir distinção social e reconhecimento através do gosto por comida, roupas, música, livros, decoração etc. Esse argumento é referenciado a partir do entrelaçamento dos conceitos de *habitus*, *classe* e *campo* com as diversas formas de *capital* – social, simbólico, cultural e econômico – que seriam apropriados por indivíduos e grupos e, assim, comporiam um gosto de classe específico, dentro de um espaço social desigual próprio das sociedades divididas por classe. Desta forma, Bourdieu constrói sua tese da “produção do consumo”, centrando-se no gosto e no “aprender a consumir”, ou seja, o aprendizado oriundo do pertencimento a uma determinada posição na estrutura hierárquica das classes sociais.

A antropóloga Mary Douglas e o economista Baron Isherwood, em seu livro “O Mundo dos Bens – Para uma Antropologia do Consumo”, publicado em 1979 (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009), contribuem para o debate, mostrando que os bens, em qualquer sociedade, e não apenas nas “capitalistas”, funcionam como manifestação concreta de práticas, ritos e ordenamento do mundo social. Para eles, os bens servem a um propósito essencialmente comunicativo, deixando explícitas as diferentes categorias culturais. Nesta concepção, os bens são usados também como forma de protesto e hostilidade cultural, tanto entre gerações quanto entre diferentes subgrupos culturais. Para Douglas e Isherwood, culturas diferentes vivem em embate constante, onde uma cultura “exige” uma resposta da outra.

Appadurai (2008) analisa a ideia de mercadoria como resultado de um processo de atribuição de valor às coisas, discutindo os processos que fazem com que estas se tornem mercadoria. Tal processo pode ser carregado de dimensões históricas, sociais e culturais – e não somente econômicas. Appadurai trabalha com a noção de *regimes de valor*, dados no tempo e no espaço, ou seja, a relação dialética entre desejo e demanda, sacrifício recíproco e poder. O autor revela que as coisas possuem uma “biografia social que pode atravessar diferentes regimes de valor”, onde os objetos “contam” histórias, apresentam seus contextos sociais e seu processo de circulação.

A ideia de que o consumo pode ser explicado por uma teoria simples é negada por Daniel Miller (2001). O autor faz essa afirmação a partir da sua percepção da diversidade de mercadorias disponíveis e também das diversas formas de produção, assim como os interesses nas mercadorias e sua circulação (concepção, promoção e venda). Para Miller, o importante não é o processo de mercadorização em si, mas o contexto específico em que esse processo ocorre, ou seja, em que realmente algo da cultura material é transformado em mercadoria, e em quem a consumirá.

Alan Warde (2005), por sua vez, propõe uma análise do consumo a partir da teoria das práticas, que busca entender a vida social, com seu caráter plural e flexibilizado, como um conjunto de práticas. O autor diferencia *prática* e *práticas*, onde *prática* remete a práxis, uma descrição da ação humana que contrasta com os comportamentos rotinizados, sintetizados pelas *práticas*. Warde também apresenta duas noções para o entendimento de sua abordagem: a primeira é a noção de entidade coordenada, que compreende os nexos de fazeres, e a segunda é o desempenho. O indivíduo poder ser entendido, então, como um agente corporal e mental que segue práticas diferentes, sem que as mesmas sejam coordenadas entre si.

Lívia Barbosa, percussora dos estudos do consumo no Brasil, mostra que o consumo é um processo que media relações e práticas sociais (BARBOSA, 2006). A autora mostra que, devido às relações e práticas, o impacto do consumo não se dá somente em nível individual. Para Barbosa, o consumo possui caráter elusivo e possui tanto significações “negativas” – como sua dimensão de destruição – quanto “positivas” – como forma de expressão e criatividade. O ato de consumir seria, nesta abordagem, um ato cultural, que estabelece mediações entre estruturas de significados, como as identidades, por exemplo. Assim, consumo e cultura material são “aspectos fundamentais de qualquer sociedade” (BARBOSA, 2004, p. 9). Barbosa mostra que,

até o ano 2000, nenhum pesquisador [brasileiro] havia se dedicado a estudar o consumo, a sociedade de consumo e suas especificidades entre nós, e que inexistiam linhas investigativas relacionadas [a esse tema] (...). Mesmo quando os grupos estudados pertencem às camadas médias da população brasileira, fato raro de ocorrer, não há qualquer tipo de análise sobre os mecanismos de consumo, mediação, uso, fruição e manipulação de bens e serviços por parte dos “consumidores”, o que constitui uma flagrante contradição entre a preocupação e a crítica dos acadêmicos e intelectuais brasileiros aos “males da sociedade de consumo” e ao “materialismo da vida contemporânea” – temas já tradicionais – e o investimento na pesquisa desses fenômenos entre aqueles que supostamente vivenciam esses valores. (BARBOSA, 2004, p.8)

Barbosa (2004) ressalta que, durante muito tempo, o fenômeno do consumo era quase inexistente nas pesquisas de cientistas sociais brasileiros e, quando tangenciavam este tema,

enfativavam setores específicos da sociedade, como a classe média e a média alta e os jovens e adultos habitantes de áreas urbanas. A autora aponta certa negação do status de consumidor a certos grupos, como os negros, e aponta a necessidade de entender o consumo de outras parcelas sociais:

A determinados grupos sociais como, por exemplo, é o caso dos negros, lhes é negado inteiramente o status de consumidores. Apesar da existência de uma vasta bibliografia sobre negros no Brasil, esta enfatiza, basicamente, a dimensão de minoria discriminada e excluída deste grupo e a sua dimensão étnica e/ou religiosa. (BARBOSA, 2004, p.60)

A partir destes debates, surge nossa indagação: Por que os jovens rurais não são objeto de estudo enquanto consumidores? Por que a forma como manipulam sua cultura material não chama a atenção acadêmica?

De acordo com um estudo realizado por Weisheimer (*apud* Hayashi, Hayashi & Martinez 2008), “juventude rural” costuma ser pesquisado de forma relacionada, principalmente, a temas como mercado de trabalho, migração, sucessão, produção e futuro do mundo rural. São praticamente inexistentes as análises, dentro dos chamados Estudos Rurais, sobre o que, como e por que essa parcela da sociedade consome, reforçando uma ideia pré-concebida de que associa o mundo rural à produção, especialmente à agricultura, desconsiderando e invisibilizando outros aspectos da vida social dos residentes destes territórios, como a compra, o consumo e o usufruto de bens. Isso reforça a ideia do “rural agrícola”, questionada por diversos autores (Carneiro, 1997 e 2019), e a dicotomia entre rural/produção e urbano/consumo.

Ainda segundo Weisheimer (*apud* Hayashi, Hayashi & Martinez 2008), as pesquisas acadêmicas brasileiras produzidas de 1990 a 2004 abordam quatro categorias analíticas distintas sobre a juventude rural, relacionando-a: 1) à educação; 2) a ações coletivas; 3) à inserção no mercado de trabalho e; 4) à reprodução social da agricultura familiar. O autor realizou um mapeamento do conhecimento produzido no país sobre juventude rural neste período e identificou 50 trabalhos sobre esta temática, distribuídos entre 27 artigos, três livros, duas teses de doutorado e 18 dissertações de mestrado:

Ao computar estes trabalhos, Weisheimer (...) identificou cinco abordagens utilizadas nas definições conceituais sobre a juventude rural: faixa etária; ciclo da vida; geração; cultura (HAYASHI, HAYASHI & MARTINEZ 2008, p. 17)

Carneiro (2019) lembra que um dos problemas que dificulta a definição ou a delimitação do rural é justamente a referência centrada, muitas vezes, em definições que datam do início do século, pautadas em representações sociais que expressam percepções pautadas na dualidade e

na oposição rural-urbano, construídas ao longo do processo de modernização industrial da sociedade ocidental.

Entre essas representações, destaca-se a associação, quase que consensual, entre o rural, o agrícola e o “tradicional”, em oposição ao urbano, industrial e “moderno”. Essa dualidade que, para Martins (1981), é fruto da ambiguidade originária da Sociologia, acabou por reduzir a Sociologia Rural à sociologia da atividade agrícola ou, mais especificamente, à “sociologia do desenvolvimento da agricultura”, já que muito dos estudiosos desse campo se voltaram para a análise do rural a partir da perspectiva da modernização da agricultura e das relações de trabalho. (CARNEIRO, 2019, p. 49)

De forma semelhante, Goodman e Dupuis (2002) apontam que a Sociologia Rural se baseia em um enquadramento teórico produtivista, com foco no trabalho e nas questões relativas a esta esfera, resultando em um tratamento assimétrico entre produção e consumo. Os autores propõem que busquemos contribuições da literatura dos Estudos do Consumo para os Estudos Rurais², o que pretendemos fazer nesse estudo.

Apoiamo-nos no estudo de Weisheimer (*apud* Hayashi, Hayashi & Martinez 2008) e nas observações de Carneiro (2019) e de Goodman e Dupuis (2002) para justificar a presente dissertação, cujo foco está na forma como jovens rurais lidam com o consumo e a cultura material. Em uma breve busca, identificamos apenas uma pesquisa sobre jovens rurais que tangencia o tema do consumo e da manipulação da cultura material. Trata-se de um artigo de Renata Menasche e Josiane Wedig, publicado em 2009. Ao analisar a necessidade de mobilidade dos jovens rurais na cidade de Roca Sales/RS, as autoras salientam a importância material da motocicleta para facilitar o trânsito entre o campo e a cidade.

Com base nestes autores e reflexões, concluímos que, por um lado, quando se estuda o consumo, em geral, este fenômeno é analisado em centros urbanos, especialmente entre os jovens, como se as pessoas que vivem em áreas rurais não consumissem, negando-lhes o *status* de consumidor. Por outro lado, o rural, e também o jovem rural, é estudado a partir de questões relacionadas ao mundo do trabalho e da produção, negligenciando a forma como os residentes neste espaço adquirem e manipulam a cultura material para se reproduzir socialmente e construir identidades e relações sociais. Desta forma, propomos que as contribuições dos Estudos do Consumo sejam incorporadas pelos Estudos Rurais, em especial quando abordam os jovens rurais.

² Os autores abordam esta assimetria, especificamente, com relação à questão da produção e consumo de alimentos, mas a crítica que fazem ao que chamam de “sociologia (da produção) rural” e à necessidade de um tratamento mais simétrico destas esferas da vida social (produção e consumo), a partir da identificação de uma “virada para o consumo”, nos ajuda a justificar o foco da presente pesquisa no consumo de jovens rurais.

Assim, a presente pesquisa versou sobre o consumo e a manipulação da cultura material por jovens de São Pedro da Serra, distrito pertencente ao município de Nova Friburgo (Mesorregião Centro Fluminense), região serrana do estado do Rio de Janeiro, buscando primeiramente fazer um diagnóstico sobre a forma como essas pessoas lidam com suas respectivas coisas e, em seguida, com as coisas que buscam, planejam comprar ou pegam emprestado em seu círculo social.

Nos propusemos a colocar em diálogo os Estudos do Consumo e os Estudos sobre Juventude Rural, com ênfase nas suas práticas cotidianas que conformam sua relação com as coisas disponíveis em seu universo material. Mas como poderemos caracterizar o consumo dos jovens rurais? Essa pergunta serviu de auxílio inicial para identificarmos as práticas de consumo e uso de bens entre jovens moradores de São Pedro da Serra.

A escolha por este território foi feita levando em consideração alguns aspectos que julgamos facilitadores e viabilizadores da pesquisa. Um primeiro aspecto foi nossa proximidade com os gestores do Ponto de Cultura e Memória Rurais – Marjorie Botelho e Cláudio Paulino, de quem falaremos mais à frente – pessoas com quem já dividimos reflexões acerca da caracterização do rural e que planejamos desenvolver estudos que abarquem o rural como um território em expansão e dotado de potencialidades. Além disso, mantemos contato com as Profas. Dras. Maria José Carneiro e Elisa Guaraná, ambas do CPDA/UFRRJ, que realizam pesquisas sobre juventude rural, entre outros temas relativos às Novas Ruralidades, e incentivaram o desenvolvimento deste estudo. A proximidade geográfica com a região foi considerada um fator que permitiria a viabilização da pesquisa de campo. Pessoalmente, tive a experiência de ter vivido por três anos em Rio Claro, cidade do Sul Fluminense do Estado do Rio de Janeiro que guarda características semelhantes às de São Pedro da Serra, como a população pequena e uma juventude bem definida.

A estratégia metodológica para a aproximação inicial com os sujeitos da pesquisa e posterior coleta de dados foi o acompanhamento do trabalho realizado com a juventude rural pelo Ponto de Cultura e Memória Rurais. Esse espaço foi escolhido por envolver parcela significativa da juventude local e de outros distritos da região. Durante o período de elaboração do projeto, buscamos viabilizar o acesso a esses jovens, fazendo algumas visitas de campo exploratório para, em seguida, planejar a coleta mais sistemática de dados através de entrevistas.

O campo exploratório foi realizado durante o ano de 2019, em especial no mês de julho, quando participei ativamente das atividades realizadas no Ponto de Cultura e Memória Rurais.

A convivência cotidiana com os coordenadores do local e com os jovens envolvidos orientou o foco da pesquisa para a busca de um entendimento sobre as formas de manipulação do mundo material pelos jovens rurais e, ademais, permitiu compreender melhor o trabalho realizado por este aparelho cultural.

Outras três visitas foram realizadas em 2019 a fim de orientar a elaboração de um roteiro para ser usado em grupos focais (GATTI, 2005), escolha metodológica inicial, planejada para ser realizada no início de 2020, envolvendo de 08 a 12 pessoas em cada grupo. A proposta de usar grupos focais como metodologia de pesquisa foi pensada pela sua capacidade de construir um ambiente de interação entre os jovens estudados, permitindo-os debater livremente sobre os temas propostos pelo moderador. Imaginamos que o grupo focal permitiria complementar os dados coletados nas observações e interações cotidianas com os mesmos.

Entretanto, em março de 2020, fomos surpreendidos com a necessidade de distanciamento social imposta pela pandemia de Corona vírus, e o retorno a São Pedro da Serra para a realização dos grupos focais foi impossibilitado, o que nos obrigou a adequar a metodologia. A alternativa foi a realização de entrevistas semiestruturadas através de plataformas digitais, cujo roteiro foi uma adaptação do roteiro elaborado inicialmente para os grupos focais (Anexo 2).

As entrevistas com os jovens foram realizadas no período de 01 a 10 de julho de 2020, através da plataforma *Zoom* e do programa *Discord*, e tiveram duração de cerca de 45 minutos cada. Além disso, foi realizada uma entrevista com o casal Marjorie Botelho e Cláudio Paulino, criadores e coordenadores do Ponto de Cultura e Memória Rurais, que teve aproximadamente 1 hora e 30 minutos de duração.

Nas entrevistas, pudemos coletar dados sobre como os jovens manipulam suas coisas, a importância dada à tecnologia, a forma como lidam e entendem o desperdício e como se relacionam com a mobilidade, dada a pequena oferta de transportes – público e privado – que ligam o distrito de São Pedro da Serra ao centro de Nova Friburgo. As conversas foram gravadas com autorização prévia dos entrevistados e encontram-se arquivadas tanto no computador pessoal quanto na nuvem, para eventuais aferições. As entrevistas foram transcritas integralmente e os nomes verdadeiros dos entrevistados são usados aqui com autorização dos mesmos.

Entretanto, mesmo a alternativa de realizar entrevistas foi sensivelmente limitada pela conjuntura sanitária e o número de pessoas entrevistadas acabou reduzido a quatro, sendo duas

pessoas que vivem atualmente em São Pedro da Serra e duas que moraram parte de sua juventude neste distrito, mas agora moram em outras localidades. Além das quatro entrevistas, foi aplicado um questionário de dados sociodemográficos (Anexo 1). O questionário visou captar dados como a participação dos jovens no orçamento familiar, o planejamento de compras e a participação dos pais e/ou parentes próximos nas compras realizadas por esses jovens. O questionário, porém, não revelou dados significativos que coadunassem ou mesmo interferissem de forma a modificar as observações obtidas nas entrevistas.

A dissertação está dividida em três capítulos, além desta Introdução e das Considerações finais. O Capítulo 1 trata da região de Nova Friburgo, abordando aspectos da sua história, suas atividades econômicas, seus dados sociodemográficos e a cultura local. O Capítulo 2 revisa os debates teóricos relativos aos Estudos do Consumo e aos estudos sobre Juventude Rural. O Capítulo 3 apresenta e discute os resultados da pesquisa.

CAPÍTULO I – NOVA FRIBURGO E O DISTRITO DE SÃO PEDRO DA SERRA: UMA HISTORIOGRAFIA TERRITORIAL

Nova Friburgo é uma cidade localizada a 136 km da capital do Estado do Rio de Janeiro, a 985 metros acima do nível do mar, o que garante clima ameno, denominado com tropical de altitude. A cidade localiza-se na Mesorregião Centro Fluminense³, composta pelas cidades de Areal, Comendador Levy Gasparian, Três Rios, Paraíba do Sul, Sapucaia, Carmo, Sumidouro, Duas Barras, Cantagalo, Cordeiro, Macuco, São Sebastião do Alto, Bom Jardim, Santa Maria Madalena, Trajano de Moraes e Nova Friburgo.

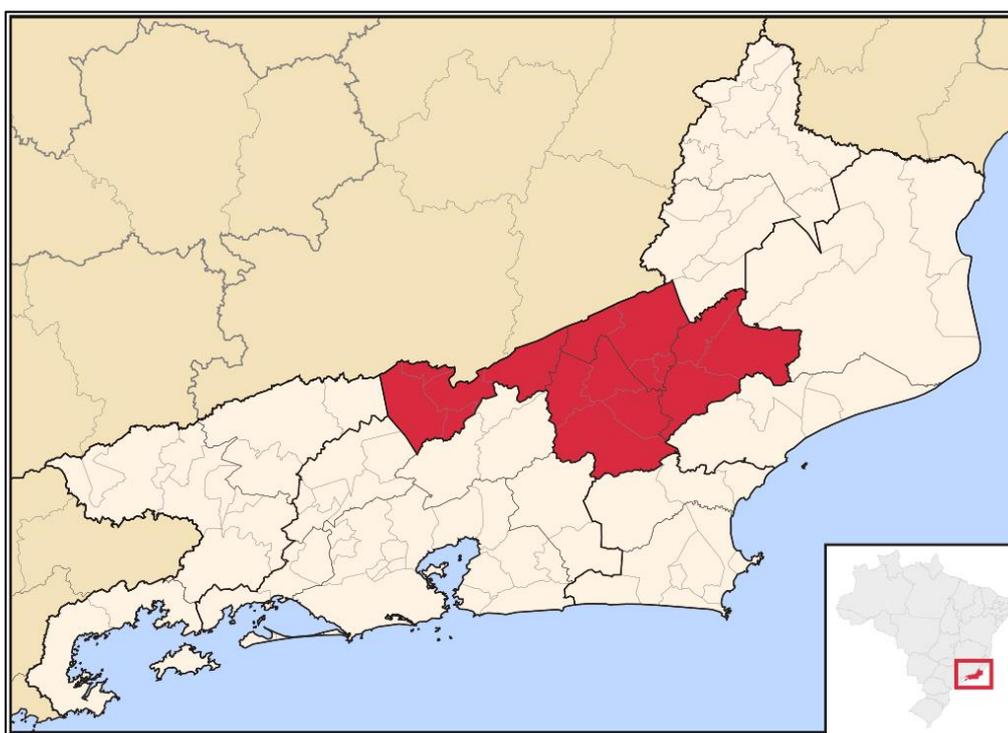


Figura 1. Área de estudo. Fonte: https://www.wikiwand.com/pt/Lista_de_mesorregiões_e_microrregiões_do_Rio_de_Janeiro#/Mesorregião_do_Centro_Fluminense (Acesso em 24 de janeiro de 2020)

No ano de 2018, o município de Nova Friburgo registrou 109.631 habitantes⁴, com uma densidade demográfica de 195,07 hab/m² (IBGE 2018). A maioria encontra-se na faixa de 15 a 39 anos, aproximadamente 35% da população. A porcentagem de homens chega a 47,92% e de

³ A Mesorregião Centro Fluminense, uma das seis existentes na divisão geográfico-política do Estado do Rio de Janeiro, é agrupada em 04 microrregiões: Cantagalo-Cordeiro, Nova Friburgo, Santa Maria Madalena e Três Rios.

⁴ Dados IBGE - CENSO 2018 – <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/nova-friburgo/panorama>. Acesso em 22 de dezembro de 2019.

mulheres, 52,08%⁵. Em relação aos residentes nas áreas urbanas e rurais, temos 87,53% e 12,47% respectivamente.

Acerca do Desenvolvimento Humano e Social do município, através de dados de 2010 do Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil⁶ (última aferição feita pelo Atlas) o IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano do Município de Nova Friburgo foi de 0,745⁷, registrando um desenvolvimento humano considerado alto pelo Programa das Organizações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD. Dentre dimensões que mais contribuem para esse número expressivo de IDHM, a longevidade aparece com o índice de 0,846, a renda com 0,758 e a educação, 0,645. No ranking que elenca os 92 municípios do Estado do Rio de Janeiro, Nova Friburgo ocupa o 11º lugar do IDHM, sendo o primeiro colocado entre os municípios que compõem sua Mesorregião.

Para vermos como Nova Friburgo tornou-se a cidade que é nos dias atuais, precisamos voltar à sua fundação, o que permite uma análise mais aprofundada das raízes de sua população, da forma como sua economia foi se desenvolvendo e também das influências registradas em sua cultura. Dessa forma, na próxima seção faremos uma pequena historiografia de Nova Friburgo – em especial do distrito objeto desse estudo, São Pedro da Serra, da colonização aos dias atuais, incluindo também o desenvolvimento econômico e cultural.

1.1. Da Colonização aos dias atuais

A palavra alemã “Freiburg” (em português “Friburgo”; em francês “Fribourg”) tem sua origem etimológica “frei”, significando “livre”, e “burg”, significando “castelo/forte”. Era

⁵ Dados de 2010 do Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil. Consultado em 22 de dezembro de 2019, no site http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/nova-friburgo_rj

⁶ O Atlas do Desenvolvimento Humano é realizado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA e pela Fundação João Pinheiro – FJP, com apoio institucional do Governo Brasileiro. O Atlas é uma consulta ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) dos 5.565 municípios brasileiros, trazendo, além do IDHM, 200 indicadores de demografia, educação, trabalho e vulnerabilidade, entre outros.

⁷ O Índice de Desenvolvimento Humano dos Municípios (IDH) é o índice utilizado pela Organização das Nações Unidas (ONU) para mensurar o desenvolvimento ocorrido nas áreas, como educação (alfabetização e taxa de matrícula), saúde (longevidade e esperança de vida ao nascer) e renda (PIB per capita). Quanto mais próximo de 1, mais desenvolvido o território. O IDHM difere um pouco do IDH no que tange à classificação. Enquanto o IDH considera três faixas de classificação (0,499 é considerado um desenvolvimento muito baixo; 0,500 a 0,799 é considerado um desenvolvimento médio e, acima de 0,800 alto grau de desenvolvimento), o IDHM classifica os municípios em 5 faixas distintas: 0,000-0,499 (muito baixo); 0,500-0,599 (baixo); 0,600-0,699 (médio); 0,700-0,799 (alto) e; 0,800-1,000 (muito alto).

assim conhecida a cidade localizada na Suíça: Cantão de Fribourg. Esse é o significado do nome da cidade brasileira que hoje conhecemos como o município de Nova Friburgo: “Castelo Livre”. E foi batizada assim, justamente pelos suíços responsáveis pelos primeiros contatos (no século XIX, por volta dos anos de 1820)⁸ com essas terras, até então povoadas por habitantes indígenas e poucos fazendeiros portugueses⁹.

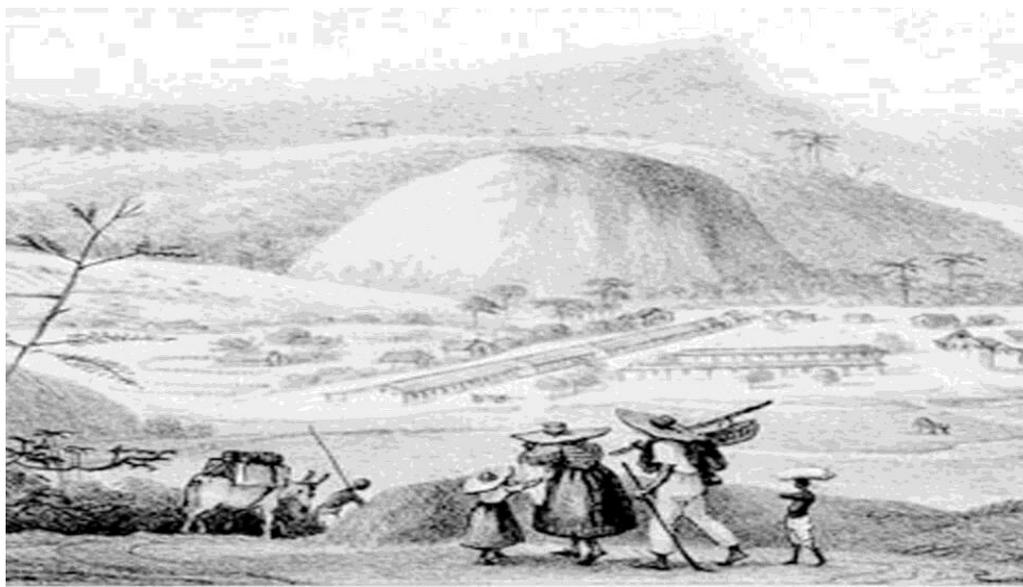


Figura 2. Colônia suíça de Nova Friburgo retratada por Debret por volta de 1826. Litografia reproduzida em Nicoulin (1988, 218-9)

Na primeira metade do século XIX, conhecida como “sertão ocupado por várias nações dos índios brabos”, a área ocupada por várias tribos, dentre elas os Puri, os Puri-Coroado e os Goitacaz, esse território foi foco de colonização iniciada pelo Império Português com a intenção de estreitar laços de amizade com povos germânicos contra o Império Francês e também promover a civilização do Reino do Brasil¹⁰. Os portugueses chegaram primeiramente à região, principalmente atraídos pelo cultivo de café registrado em Cantagalo. Juntamente com os portugueses, vieram trabalhadores escravizados de origem africana, mas a colonização foi delegada a outros imigrantes.

⁸ Ver em: <http://acervo.avozdaserra.com.br/colunas/historia-e-memoria/origem-de-nova-friburgo>

⁹ Ver em: http://www.pmnf.rj.gov.br/pagina/1_A-Cidade.html

¹⁰ A Coroa Portuguesa, através de pactos de amizade entre nações (principalmente de forma a se proteger do inimigo comum que era Napoleão Bonaparte), visava a colonização brasileira, ou melhor, incentivar ainda mais a ordem civilizatória do país, dando aos países amigos a oportunidade de investirem na terra pertencente a Portugal. (Ver em: <http://acervo.avozdaserra.com.br/colunas/historia-e-memoria/origem-de-nova-friburgo>).

Esse território às vias de ser colonizado localizava-se na Fazenda do Morro Queimado, no Distrito de Cantagalo (antes de se tornar o município de mesmo nome), e em 1818, o Rei D. João VI autorizou o agente do Cantão de Fribourg, na Suíça, Sebastien Nicolas Gachet, a estabelecer colônia com aproximadamente 100 famílias nessa área que possuía forte semelhança climática com as terras do país europeu. E nos anos de 1819 e 1820, a vinda de imigrantes europeus intensificou-se, totalizando 1.458 imigrantes, oriundos de 256 diferentes famílias suíças. Uma especificidade também interessante a ser registrada é que, além das famílias suíças – pela proximidade da Coroa Portuguesa com os povos germânicos –, vieram também 456 imigrantes da Alemanha, tornando-se a primeira cidade brasileira a ter influência da colonização alemã. Nova Friburgo foi a primeira colônia não lusitana fundada no Brasil em caráter oficial.

Obviamente a implantação de uma colônia na região de Cantagalo beneficiaria também os fazendeiros portugueses já ali localizados em suas fazendas cafeicultoras. Assim, já com a colônia constituída, o povoado localizado na Fazenda do Morro Queimado foi elevado a *termo*¹¹ – elevação de patamar, de importância institucional frente à Coroa –, o que dotava a instituição do poder judiciário à Câmara Municipal, que já detinha os poderes executivo e legislativo. Agora, com o poder judiciário assegurado, a Câmara Municipal poderia regularizar a obtenção de sesmarias de terras abandonadas ou *devolutas*.

Com os poderes (meados do século XIX) instituídos e a asseguaração da propriedade privada pelos colonos, Nova Friburgo torna-se um importante município localizado entre Cantagalo e Santo Antônio de Sá, ou seja, entre um município produtor de gêneros alimentícios e outro detentor do Porto das Caixas – importante porto do Estado do Rio de Janeiro – que facilitaria o escoamento da produção registrada no novo território colonizado.

Após a proclamação da Independência do Brasil, em 1822, novos imigrantes alemães chegaram à Nova Friburgo, trazendo agora a novidade do protestantismo para a região, além de um contingente populacional que tornaria o *termo* mais populoso do que já fora registrado – mesmo com o registro *a posteriori* de imigrantes do Japão, Espanha, Hungria, Áustria e Líbano.

¹¹ “Para que a colônia melhor prosperasse, D. João VI desmembrou-a de Cantagalo, baixando o alvará de 03 de janeiro de 1820, criando o termo Nova Friburgo e estabelecendo uma administração colonial independente da Câmara Municipal. Era a primeira divisão territorial da Magna Cantagalo. Até o fim do século XIX, novas divisões territoriais ocorreriam, dando origem a Bom Jardim, Carmo, Sumidouro, São Sebastião do Alto, Itaocara, Macuco, Duas Barras, Santa Maria Madalena, Trajano de Moraes etc, formando 14 municípios no Centro-Norte Fluminense”. (Ver em: <http://acervo.avozdaserra.com.br/colunas/historia-e-memoria/origem-de-nova-friburgo>).

Com o protestantismo, Nova Friburgo torna-se a primeira comunidade Luterana no Brasil e também a única a ser colonizada por dez nações – Alemanha, Áustria, Espanha, França, Hungria, Itália, Japão, Líbano, Síria e Suíça.



Figura 3: <http://acervo.avozdaserra.com.br/noticias/evento-homenageia-paises-colonizadores-de-nova-friburgo>

Mas somente em 1890, Nova Friburgo foi elevada à categoria de cidade. E com isso, a região passa a ser contemplada com os trilhos da Estrada de Ferro Leopoldina, melhorando o escoamento da produção de café de Cantagalo. Em 1910, Nova Friburgo adentra no ensaio do que hoje pode ser considerado como o parque industrial friburguense, trazendo fortes investimentos estrangeiros para Nova Friburgo. Entretanto, após 1980, a região verte seu foco para a extração de petróleo da Bacia de Campos (Campos dos Goitacazes), deixando o sonho de um grande parque industrial ainda no papel – algo que só seria recuperado nos anos de 1990. Até que os investimentos retornassem à Nova Friburgo, a cidade viu o turismo desenvolver-se e tomar a tônica do crescimento econômico, incorporando-se às demais fontes de renda, principalmente concentradas no comércio local.

O turismo hoje ainda faz parte importante da geração de renda da cidade. Entretanto, Nova Friburgo, ao longo das décadas, veio desenvolvendo um grande polo industrial de moda íntima (responsável por 25% da produção nacional de lingerie, com aproximadamente 1.000 confecções, o que gera quase 20mil postos de trabalho). Desenvolveu, ainda, a produção de flores de corte (entre outros gêneros) e de trutas, responsável por boa parte do PIB da cidade.

Nova Friburgo possui sua população localizada majoritariamente em áreas urbanas e isso fica evidente na forma como se desenvolveu, não só o polo industrial de moda íntima, mas também a indústria metal-mecânica do distrito de Conselheiro Paulino, além, é claro do número de escolas e universidades que foram criadas com o êxodo rural e com o advento das atividades *urbanas*.

1.1.1. A Economia de Nova Friburgo

Não sendo diferente do que podíamos esperar, a primeira atividade econômica registrada em Nova Friburgo foi a agricultura. Começando com o plantio e comercialização de café com os primeiros imigrantes, passando ao cultivo de frutas, verduras e legumes até o plantio em larga escala de flores. Isso levou a cidade a ser, hoje em dia, a maior produtora de morango, couve-flor e flores de corte do Estado do Rio de Janeiro, e em nível nacional, a ser grande produtora de outras culturas, como o tomate e o inhame.

Na década de 1870, a inauguração da estrada de ferro Leopoldina Railway¹² – estrada essa que foi amplamente utilizada para o transporte do café de Cantagalo para o porto do Rio de Janeiro – faz surgir estabelecimentos comerciais de setores diversos em Nova Friburgo. Com a movimentação ainda maior de pessoas por causa da produção agrícola, Nova Friburgo precisou atender essa população intermitente e os primeiros hotéis são registrados e, um pouco mais a frente, a inauguração de escolas – como o Colégio Anchieta e o Colégio das Dorotheas – e também indústrias de construção civil.

Nova Friburgo passa a ser o principal produtor de alimentos da Mesorregião¹³ e, após ser elevada à categoria de cidade em 1890 (como pudemos ver acima), essa região de trânsito maior de pessoas devido à estrada de ferro, consolida-se como o centro urbano dessa nova cidade, onde diversas propriedades são pertencentes também aos barões de café de toda a circunvizinhança.

A região do entorno consolidou-se sob a mão-de-obra de negros e negras escravizados/as e começa a desmoronar ao final do século XX. A produção de café não contaria

¹² Ver em: <http://acervo.avozdaserra.com.br/colunas/historia-e-memoria/origem-de-nova-friburgo>

¹³ Utilizo aqui o termo Mesorregião, mas este não estaria correto à época, visto que essa divisão geográfica só foi estabelecida anos depois.

mais com essa mão-de-obra e os barões precisaram modificar seus meios de reprodução agrícola, resultando na busca por imigrantes europeus para o trabalho. Mas ao contrário de seus municípios vizinhos, Nova Friburgo passa por uma fase de amplo crescimento comercial e urbano: já víamos alfaiatarias, sapatarias, fábricas de ferramentas e comércio ambulante. A cidade passa a ser uma opção para pessoas que sofrem com os problemas enfrentados na produção agrícola, o que faz aumentar ainda mais a população urbana. O êxodo na região circunvizinha foi tamanho que, em 1960, a cidade já contava com cerca de 70 mil habitantes e quase 80% da população vivia nas zonas urbanas.

Durante muitos anos, mesmo com o crescimento do setor de mecânica e metalurgia, as fábricas têxteis ainda eram de extrema relevância, o que podemos ver registrado até os dias de hoje. Devido ao número de empregos gerados pela indústria fabril, Nova Friburgo passa pelos primeiros passos rumo a um projeto de planejamento urbanístico e, dessas iniciativas, vemos a construção de empreendimentos que comungavam com o histórico do município e se aproximavam da cultura-fundadora, a Suíça. A formação da Associação Fribourg e da construção da Queijaria-Escola referendam essa proximidade às raízes.

Na década de 1980, a indústria fabril passa por uma forte crise e isso resulta no fechamento de algumas fábricas. Com esse fechamento, surgem as microempresas – principalmente de moda íntima – que conseguem contornar a crise do fechamento das grandes fábricas e retornam Nova Friburgo para o cenário nacional de produção e comercialização de produtos manufaturados ligados ao setor têxtil.

Atualmente, o município ainda possui um polo industrial ligado ao setor têxtil, mas também possui outras atividades que impulsionam seu PIB, como é o caso do turismo, da truticultura, da floricultura, do comércio, dos serviços e da indústria metalúrgica.

Nova Friburgo possui um forte apelo ao ecoturismo, explicado pelo grande número de rios, trilhas e lugares bucólicos, além do clima ameno, sendo considerado um dos municípios do Estado do Rio de Janeiro com maior número de atrativos turísticos e, por consequência, com uma das maiores redes hoteleiras.

Devido ao número de turistas que visitam a cidade durante todo o ano, a Prefeitura Municipal de Nova Friburgo – PMNF – passou a disponibilizar informações de lazer no Centro de Turismo, como por exemplo: a Casa Suíça, o Jardim do Nêgo, o Parque Estadual dos Três Picos, o Pico da Caledônia, o Parque de Furnas do Catete, o Pavilhão das Artes e a Catedral São João Batista.

A cidade de Nova Friburgo é a maior produtora de trutas – peixes habitantes de águas doces – do Estado do Rio de Janeiro. A produção mensal gira em torno de 03 toneladas e isso só é possível pela adaptação da truta ao clima ameno e águas cristalinas. Pela importância dessa cultura, Nova Friburgo realiza anualmente o Festival da Truta, quando produtores de todo o estado são convidados a participar, os turistas têm à disposição uma culinária diferenciada e os hotéis da cidade atingem quase sua capacidade máxima.

Nova Friburgo é a segunda maior produtora de flores do Brasil, sendo superada apenas por Holambra, em São Paulo. A comunidade de Vargem Alta, no distrito de São Pedro da Serra, é a principal região produtora.

Tanto no centro de Nova Friburgo, quanto nos distritos que compõem o município, o comércio e o setor de serviços é uma parte significativa na composição econômica do PIB da cidade. Além de pequenos empreendimentos ligados a manufaturas, como é o caso de sapatarias e lojas de roupas, vemos um número grande de drogarias e farmácias – o que pode ser explicado pelo aumento da expectativa de vida do/a cidadão/ã friburguense – e lojas de prestação de serviços, ligados à telecomunicação, energia, transporte etc.

O distrito de Conselheiro Paulino é o responsável por abrigar o maior número das indústrias de metalmeccânica. Descentralizando as fábricas, isto é, saindo dos arredores do distrito central, Conselheiro Paulino compõe o PIB de Nova Friburgo com 41%, gerado de todo o seu potencial industrial.

Como pudemos observar, a cidade de Nova Friburgo possui atividades econômicas diversas, o que proporciona maior capacidade de resistências às crises. Os diversos setores conseguem proporcionar contingente suficiente de empregos que mantém o crescimento da economia da cidade.

1.1.2. A influência da Colonização na Cultura Friburguense

Nova Friburgo foi colonizada por dez nações, principalmente europeias e sua cultura sofre influência considerável, principalmente se observarmos o principal ponto turístico do distrito central, a Praça das Colônias¹⁴. Como as nações europeias contribuíram com o maior

¹⁴ A Praça das Colônias é um aparelho cultural destinado a divulgação da cultura dos colonizadores de Nova Friburgo, das nações que fazem parte da história da cidade. Ver mais em:

número de colonos, sua marca cultural fica evidente na música, literatura e artes plásticas, tornando-se referência na região centro-fluminense.

Ao apresentar a cultura friburguense, precisamos evidenciar as diversas áreas em que podemos ver traços europeus em suas raízes e desenvolvimento, como é o caso da literatura, expressa pela Associação Friburguense de Literatura (AFL) – fundada em junho de 1947; a música – representada pela trova e pelas sociedades musicais, como a Euterpe Friburguense, a Campesina Friburguense e a Euterpe Lumiarense¹⁵; o teatro e as artes plásticas e a memória, representada pelo Centro de Documentação Histórica Pró-Memória, responsável por resguardar a história de Nova Friburgo.

A influência europeia também se faz presente nos eventos realizados na cidade, principalmente por causa da semelhança climática. O Festival de Inverno, por exemplo, é um dos principais festivais realizados em Nova Friburgo e os visitantes entram em contato com a música, cinema, literatura etc, e ainda podem experimentar a temperatura que aproxima ainda mais da cultura europeia.

1.2. Os Distritos de Nova Friburgo

O Estado do Rio de Janeiro é composto de 92 municípios e dentre esses, 68 deles possuem distritos pertencentes a seus territórios. Nova Friburgo ilustra bem essa realidade, possuindo 08 distritos que compõem sua territorialidade. São eles: Centro, Riograndina, Campo do Coelho, Amparo, Lumiar, Conselheiro Paulino, São Pedro da Serra e Mury.

Podemos dividir o município de Nova Friburgo também da seguinte forma: região norte, composta pelos distritos de Conselheiro Paulino e Riograndina; região sul, composta por Mury; região oeste, composta pelo distrito de Campo do Coelho e; região leste, composta pelos distritos de Amparo, Lumiar e São Pedro da Serra.

Interessante notar que, apesar de hoje ser composta por oito distritos, Nova Friburgo, até 1838, só possuía um único distrito, que se estendia até as divisas com cidades como Magé, Paraíba do Sul, Cantagalo, Macaé e Cabo Frio. Em 1844, houve nova divisão administrativa e

<https://www.portalmultiplix.com/noticias/cultura/praca-das-colonias-de-nova-friburgo-tem-atividades-abertas-ao-publico>

¹⁵ Todas essas sociedades musicais datam do século XIX (1863, 1870 e 1891, respectivamente). Visto em http://www.pmnf.rj.gov.br/pagina/1_A-Cidade.html.

foram criados três novos distritos. Somente em 1987 foi estabelecida a divisão geográfica que temos atualmente, com a criação do distrito de São Pedro da Serra.

O distrito de Riograndina foi criado em 1924 com o nome de Estação do Rio Grande, e antes pertencia ao que hoje é município de Sumidouro. O distrito possui o conhecido Casarão de Riograndina, onde se situa a antiga estação de trem e onde funciona até hoje um Ponto de Cultura, que abriga boa parte da memória da história friburguense.

O distrito de Campo do Coelho fica a 12 km do distrito central de Nova Friburgo, possui uma população que vive em sua maioria na zona rural e é um dos distritos com maior número de cachoeiras, trilhas e onde está localizado o maior pico montanhoso do município, os Três Picos. Também no Campo do Coelho, está localizada a Queijaria Escola de Nova Friburgo, um dos símbolos da colonização suíça. E vem desse distrito a maior produção de hortaliças de Nova Friburgo, destacando-se as culturas de couve-flor e tomate.

O distrito de Amparo fica localizado a 10km do centro de Nova Friburgo e é o que mais se modificou ao longo do século XX, passando de área não povoada para um bairro residencial em quase sua totalidade. Amparo foi anexado à Nova Friburgo ainda no período da expansão cafeeira do Vale do Paraíba.

Lumiar é o quinto distrito de Nova Friburgo e, dentre todos os demais, é considerado o mais lúdico. Lumiar abriga ruas e vilas bucólicas, sendo frequentada por muitos jovens e turistas, local escolhido tanto para descanso, quanto para turismo de aventura e boemia. O distrito de Lumiar possui acesso a diversas cachoeiras e trilhas – incluindo o famoso Encontro dos Rios – e temperatura amena até mesmo no verão, além de abrigar a Reserva de Macaé de Cima, uma Área de Proteção Ambiental (APA). A região surgiu a partir da ocupação, pelos imigrantes, das margens do rio Macaé e seus afluentes. Lumiar era uma fazenda do nobre francês Felipe de Roure, que deu este nome por causa da vila em que nasceu sua esposa Michaela d'Abreu, em Portugal.

Conselheiro Paulino é o segundo distrito mais industrializado, ficando atrás somente do centro da cidade de Nova Friburgo. A localidade foi elevada à condição de distrito somente em 1952 e atualmente é considerada a força econômica do município. O distrito possui uma população estimada de 40 mil habitantes e é responsável por significativa parcela do PIB da cidade. É o distrito que apresenta maior crescimento econômico, devido, principalmente, à concentração de indústrias metalúrgicas e siderúrgicas e a confecções, mais especificamente ligadas à moda íntima.

O oitavo distrito de Nova Friburgo é a principal entrada para a cidade e ponto de passagem obrigatório para quem se destina a Lumiar e São Pedro da Serra. O nome Mury, é homenagem a uma das famílias suíças responsáveis pela colonização e desenvolvimento da cidade – a Família Murith. A arquitetura de Mury preserva traços da colonização suíça e alemã, o que pode ser observado tanto nas áreas residenciais, quanto nos empreendimentos comerciais encontrados em todo o distrito. Mury tornou-se o polo gastronômico da cidade e também atrai muitos turistas através de lojas de produtos artesanais – especialmente cervejas, vinhos e queijos.

1.3. São Pedro da Serra

São Pedro da Serra é o sétimo distrito do município de Nova Friburgo e fica localizado a 34 km do centro de Nova Friburgo e a aproximadamente 170 km da cidade do Rio de Janeiro. O distrito é composto por vilas, como Benfica, Sibéria, Bocaina dos Blaudts, Bocaina dos Mafort, Vargem Alta, Colonial 61, Ribeirão do Capitão e Cachoeira. É uma região limítrofe com o distrito de Lumiar, fazendo fronteira também com Santo Antônio de Barra Alegre, distrito do município de Bom Jardim.

De colonização suíça e alemã, São Pedro da Serra apresenta arquitetura e bucolismo semelhantes a essas regiões europeias, o que pode ser observado na estrutura de sua igreja Matriz – Igreja de São Pedro –, as casas de veraneio e o comércio local. Mas é a natureza de São Pedro da Serra que tem importância significativa para o distrito, visto que, segundo a presidente da sua Associação de Moradores – Rita Ouverney – é através do turismo e da agricultura familiar que a economia local se sustenta. Não podemos deixar de evidenciar também a importância do comércio, com mercearias, restaurantes, lojas de artesanato e pousadas, contando, na última atualização feita pela associação, com 35 estabelecimentos que participam significativamente na composição da renda do distrito. Ainda segundo a presidente da Associação de Moradores:

Atualmente, há muitos moradores que vieram do Rio de Janeiro, principalmente professores aposentados em busca de um lugar tranquilo com boas escolas para seus filhos. Aqui também temos uma agricultura familiar forte e 50% da população local vive do Turismo. São 35 pousadas e muitos moradores que alugam suas casas nos fins de semana e feriados¹⁶.

¹⁶ Entrevista dada ao portal Multiplix, na ocasião da véspera do aniversário de 32 anos da emancipação do distrito de São Pedro da Serra em relação ao distrito de Lumiar. Fonte:



Figura 4. Praça do Coreto, centro do distrito de São Pedro da Serra – Nova Friburgo

Não se sabe ao certo o número de moradores de São Pedro da Serra, visto que o IBGE, em seu último censo, verificou o número absoluto de Nova Friburgo, sem a estratificação por distritos. Mas, ainda segundo a presidente da Associação de Moradores, a população pode variar de 3 a 5 mil pessoas, chegando a uma população transitória de 6 a 7 mil nas férias e em épocas festivas do distrito e do entorno – como é o caso de atividades culturais em Lumiar, que fica a 4 km de São Pedro da Serra.

A população jovem também não pode ser precisada, mas em visitas de campo exploratórias realizadas em julho de 2018, foi possível observar que grande parte dos jovens participa dos negócios da família, seja o comércio, pousadas e/ou na agricultura. Segundo dados do MEC (2017), Nova Friburgo está bem classificada no Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) em relação aos demais municípios do estado do Rio de Janeiro, principalmente a Escola Municipal São Pedro da Serra, que atingiu nota 8.0, bem acima do resultado projetado pelo Ministério para 2015 e 2017, que era de 6,2¹⁷.

Juntamente com o distrito de Lumiar, São Pedro da Serra abriga as mais bonitas cachoeiras e trilhas de Nova Friburgo, favorecendo o turismo ecológico que já atrai muitos turistas à região há tempos. Por estar próximo à APA Macaé de Cima, temos a natureza como

<https://www.portalmultiplix.com/noticias/cultura/aniversario-de-32-anos-de-sao-pedro-da-serra-sera-comemorado-neste-sabado-30-de-marco>. Acesso em 20/07/2019.

¹⁷ <https://www.qedu.org.br/cidade/2782-nova-friburgo/idebs> acessado em 06 de janeiro de 2020.

um dos recursos mais valiosos para moradores e turistas, com locais onde a Mata Atlântica é predominante e a poluição do ar atingir níveis muito baixos.

O que podemos observar é que o distrito de São Pedro da Serra abriga uma população bem diversificada, incrementada na última década por pessoas oriundas da capital do estado – muitas vezes em busca de um lugar tranquilo e com melhor qualidade de vida pela proximidade com a natureza – com grande potencial econômico via turismo ecológico e que possui uma juventude igualmente diversificada, com importância significativa para a sociedade ali apresentada.

1.3.1. Cultura e População

Como pudemos observar na seção anterior, dificilmente conseguiremos precisar a população real de São Pedro da Serra e essa problemática é oriunda da falta de estratificação do Censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, sendo trabalhado um número estimado, visto que sobre Nova Friburgo, temos somente a totalização, com a soma de todos os distritos sem especificá-los.

Em números absolutos, podemos contar com averiguações realizadas pela Associação de Moradores do distrito de São Pedro da Serra – que como já sabido – estima que contemos com uma população que orbita entre 3 a 7 mil pessoas, dependendo da época do ano, sendo maior número no verão, mais precisamente pelos atrativos naturais apresentados, ou seja, muito em parte pelo ecoturismo em potencial da região. Mas aqui, focaremos na população residente em São Pedro, sobre seus costumes e características de seus habitantes.

Como os outros distritos colonizados em Nova Friburgo, São Pedro também apresenta até hoje as marcas dessa colonização, como vemos nos sobrenomes de famílias tradicionais, como Ouverney, Schmidt, Heringer, Blaudt, Mozer, Klein etc. E muitos desses descendentes desses primeiros colonizadores da região, ainda praticam em suas propriedades as lavouras com o manejo nos moldes de seus antepassados (como veremos na próxima seção acerca da base socioeconômica da região) e mantém em suas casas marcas da arquitetura europeia.

O legado cultural da colonização europeia é também sentido na manipulação de ervas tanto para fins medicinais quanto para a culinária. A comunidade de São Pedro comunica-se de forma muito eficiente com sua culinária, deixando evidenciado os ensinamentos passados de

geração em geração, com gêneros alimentícios cultivados ainda com ao desenvolvimento técnico da época de suas primeiras experimentações laborais.

Muitas pessoas componentes dessa e outras famílias de São Pedro da Serra ainda dominam a manipulação de ervas medicinais, considerados em sua comunidade como mestres erveiros. Esses saberes podem ser presenciados em visitas aos sítios encontrados em São Pedro da Serra e também nas festas tradicionais, como o caso das festas dedicadas aos santos católicos – principalmente São Pedro, padroeiro do distrito – e festas juninas/julinas.

Além da tradição agrícola herdada pelas famílias, São Pedro ainda possui uma tradição de artesanato que vale destaque. Parte disso se relaciona aos pontos de cultura (tanto de São Pedro quanto de Lumiar), que atende aos moradores de ambos os distritos, incentivando a produção artesanal, especialmente de bens alimentícios, objetos de decoração e vestuário.

E como não poderia deixar de ser, também precisamos dar destaque à música. Como podemos ver com as bandas tradicionais de Nova Friburgo, como Euterpe Friburguense, a Campesina Friburguense e a Euterpe Lumiarense, são redutos de memória e resguardam essa história. Além das bandas tradicionais, podemos ver a cultura brasileira sendo também produzida e reproduzida, com encontros de sanfoneiros, forró regionais, além de rodas de viola com bastante poesia. Essa região é um berço significativo para a musicalidade e para artistas variados.

A cultura é a base para a população e, para a comunidade de São Pedro da Serra, isso não poderia ser diferente. Ela ensina, educa, transforma. A cultura é a forma de um povo se comunicar, se eternizar como um receptáculo de memória e perpetuar sua história, repassando-a às gerações futuras e, assim, demonstrando sua importância e a construção da sua identidade.

1.3.2. A Base Socioeconômica da Região

Ao longo da história da colonização do Estado do Rio de Janeiro, pudemos observar a importância da cana-de-açúcar e o café (na verdade, não só para o Rio de Janeiro, mas também para todo o país) e com Nova Friburgo não foi diferente. Como sabemos, São Pedro da Serra, por ser um território de clima um pouco mais ameno – mas, quente no verão –, com relevo

acentuado de morros de topografia “meia-laranja”¹⁸, essa combinação favoreceu o plantio dessas lavouras, gerando a sustentação aos agricultores à época e ao crescimento econômico e populacional da região. Boa parte da produção, fora essas duas culturas, era cultivada com técnicas de subsistência, com seus excedentes destinados à comercialização e logo após a crise do café, esse tipo de plantio vira a principal atividade da região.

Voltado agora à agricultura de vários gêneros alimentícios destinados à subsistência, o trabalho no campo torna-se fraco e dependente de setores urbanos e industrial e, devido às dificuldades de acesso à região, houve problemas significativos para o escoamento da produção. Toda e qualquer necessidade apresentada pelos habitantes do território eram atendidas na comercialização, principalmente com tropeiros, algo que prevaleceu até os meados da década de 1980, como afirma Natal:

Ao longo da década de 1960 até meados de 1980, mesmo com a abertura da estrada e o processo de modernização da agricultura em curso no país, os agricultores de São Pedro da Serra continuaram a produzir café, inhame, batata-inglesa e palma, onde o cultivo desses produtos baseava-se em condições precárias de produção: pequenos lotes acidentados, instrumentos de trabalho tradicionais, enxadas e foices e estrutura de comercialização inadequada, sujeitos aos intermediários locais. (Natal, 2003, p. 179).

Com toda a dificuldade apresentada pela distância das cidades maiores – assim como as dificuldades de acesso ao distrito –, o setor primário por si só não seria mais suficiente para gerar o crescimento do distrito, muito menos conseguir criar empregos aos/as moradores/as de São Pedro da Serra. E diversos fatores favoráveis também garantiram o rumo ao turismo e comércio que podemos ver até os dias atuais, como o alto grau de preservação da mata atlântica (garantida pela Área de Preservação Ambiental Macaé de Cima) o alto grau de preservação da mata atlântica – cachoeiras e trilhas – e a nova configuração da visão do meio rural: um novo lugar para descanso; a diminuição do êxodo rural; um local para bem-viver; um lugar além do trabalho agrícola. Natal (2003) deixa evidenciado o novo rumo tomado pela economia de São Pedro da Serra: “Em 1982 havia em São Pedro da Serra apenas uma pousada, a Pousada de São Pedro. Já no ano de 2000, ou seja, quase duas décadas depois, há vinte pousadas e, entre bares e restaurantes, são vinte e oito estabelecimentos”.

¹⁸ Modelo morfológico conhecido também como “mar de morros”, predominantemente encontrado em estados brasileiros ligados ao oceano. O Rio de Janeiro é, em sua ampla maioria, coberto por esse tipo de relevo.

Como pudemos observar, o campo já se encontra em modificação conceitual com um local único e exclusivo de trabalho, ou algo idílico, passando por várias ressignificações. Entretanto, ainda não se desligou de práticas e comportamentos singulares e isso pode ser visto na forma como se concebe o turismo rural em São Pedro da Serra, como é o caso da participação de turistas na produção, na agricultura, através de práticas como a agroecologia, agrofloresta, na culinária e também na pesca. E a máxima conservacionista é percebida nessas atividades turísticas oferecidas, pois há a percepção de que somente dessa forma a atividade encontra-se em sustentabilidade com o território.

Autores como Candiotto (2010) entendem que o turismo registrado em áreas rurais se encontra “restrito às atividades que se identificam com as especificidades da vida rural, seu hábitat, sua economia, sua cultura”. Acerca dos benefícios apresentados com a conjunção existente entre setores – nesse caso o setor primário e terciário (turismo e comércio) – Santana e Souza (2010) apontam:

Melhoria das condições de vida das famílias rurais; interiorização do turismo; difusão de conhecimentos e técnicas das ciências agrárias; diversificação da oferta turística; diminuição do êxodo rural; promoção de intercâmbio cultural; conservação dos recursos naturais; reencontro dos cidadãos com suas origens rurais e com a natureza, geração de novas oportunidades de trabalho; melhoria da infraestrutura de transporte, comunicação e saneamento; criação de receitas alternativas. (SANTANA E SOUZA, 2010, p. 342)

O turismo foi considerado também como uma forma de escoamento da produção agrícola registrada em São Pedro da Serra. Uma parte continuaria para consumo local, entretanto, o misticismo do “rural” faz com que os produtos tenham valor agregado e consigam ser vendidos e auxiliem no crescimento da renda do setor terciário.

A pluriatividade foi a solução encontrada para, principalmente, geração de empregos em toda a região que engloba a parte turística de Nova Friburgo. São Pedro da Serra, juntamente com Lumiar, abriga bom número de restaurantes, mercados, pousadas, bares e lojas de artesanato, e é o comércio aliado ao turismo que faz girar o crescimento econômico dos distritos.

Como pudemos observar ao longo desse capítulo, a formação histórica, social e econômica de Nova Friburgo é importante para entender a delimitação do campo da pesquisa. Dessa forma, podemos agora avançar no que tange aos debates que envolvem os estudos do consumo e da cultura material e, assim, entendermos a dinâmica existente entre os jovens desse território, suas coisas e a forma como as manipulam.

CAPÍTULO II – CONSUMO COMO CULTURA MATERIAL E OS ESTUDOS DE JUVENTUDE NO BRASIL

Apesar dos avanços nos Estudos do Consumo, este ainda é entendido, predominantemente, como uma atividade estritamente econômica, ao lado de outras atividades também econômicas, como produção, distribuição, repartição dos rendimentos e acumulação.

Nas Ciências Econômicas, o consumo é entendido a partir de dualidades: essencial ou supérfluo; individual ou coletivo; público ou privado; bens ou serviços; consumo intermediário ou final. Recentemente, passou a incluir também a preocupação ambiental e ética (consumo sustentável, consciente etc.). Desse ponto de vista, o consumo se resumiria à aquisição, por meio de compra no mercado, de algum bem ou serviço, seja complementar, suplementar, superior ou inferior – notadamente integrado ao conjunto dos bens de consumo (duráveis ou não). Nesse sentido, o consumo seria um ato executado tanto por indivíduos e famílias, quanto por organizações estatais, empresariais e demais agentes econômicos, resultando na otimização de suas necessidades.

Dentro do arcabouço teórico que compõe a estrutura *mainstream* das Ciências Econômicas (a economia ortodoxa), temos o utilitarismo, cujo principal percussor, Jeremy Bentham, salienta a capacidade do indivíduo de ser dotado de toda informação necessária para maximizar sua utilidade (satisfação) via consumo¹⁹. Como um ser racional com acesso à informação, o *homo economicus*²⁰ utilizaria seus recursos financeiros para maximizar seu bem-estar, delimitando a melhor alocação do seu dinheiro frente à oferta de bens de consumo pelo mercado. A sociedade, para Bentham, nada mais seria que um conjunto de indivíduos e uma soma de escolhas individuais, que se chocam e vão se equilibrando de acordo com o bem-estar da sociedade como um todo.

O Novíssimo Dicionário de Economia (SANDRONI, 2014) elenca diversos fatores que influenciariam o consumo dos indivíduos, salientando que a teoria utilitarista se restringe às formas práticas de decisão dos agentes econômicos. De acordo com esta acepção, a

¹⁹ O utilitarismo, grosso modo, fundamenta-se no princípio da utilidade, que determina que a ética deve basear-se sempre em contextos práticos. A ação de cada indivíduo deve ter por finalidade proporcionar a maior quantidade de satisfação (utilidade) em relação à escolha feita pelo mesmo.

²⁰ O *homo economicus* seria um indivíduo com capacidade de tomar as melhores decisões econômicas, com base na racionalidade.

concorrência e o preço (via oscilações da oferta e da demanda), assim como os hábitos, a memória e a cultura, seriam fatores essenciais para as decisões de consumo.

Mas o *mainstream* das Ciências Econômicas é formado também por outras teorias que compõem o Pensamento Econômico, como a teoria clássica, a neoclássica e a keynesiana. Mesmo com críticas ao padrão de alocação de recursos da teoria utilitarista, estas outras escolas ainda se baseiam na maximização da utilidade para pensar o consumo e a oferta de produtos no mercado.

Para Thomas Mun²¹, por exemplo, o consumo deveria ser praticado de forma frugal (prudente, econômico), visto que a produção interna de um país deveria estar disponível para a exportação. Mun defendia que o consumo deveria ser concebido como maior utilização de terra e outros recursos naturais domésticos para, assim, reduzir a necessidade de bens importados, tudo isso para manter a balança comercial favorável.

Jean Baptiste Say²² salienta que o consumo, assim como o investimento, é um simples elemento da demanda, seja ela agregada ou não. Sendo assim, ele também considera que a produção escoará de forma “automática”, ou seja, o consumo estaria relacionado à produção e, por isso, nunca teríamos uma crise de superprodução, porque ela nunca conseguiria superar a demanda e, nesse sentido, nunca haveria super oferta.

John Maynard Keynes²³ teoriza o consumo, em primeiro lugar, como uma expressão da propensão marginal a consumir²⁴. Assim, o consumo seria determinado pela renda disponível dos indivíduos. A renda não utilizada determinaria o nível de poupança. Em segundo lugar, o consumo seria uma variável da equação keynesiana e, como podemos observar na sua Teoria Geral, continuaria ligado à produção e por ela seria estimulado.

²¹ Thomas Mun foi um escritor inglês da área de economia, reconhecido por sua proximidade com a doutrina mercantilista, que antecede historicamente o capitalismo, e que foi superada com o advento da Revolução Industrial.

²² Este economista francês, autor da Lei de Say, foi influenciado por ideais iluministas e aproximou-se teoricamente da Escola Clássica, mais precisamente às ideias liberais de Adam Smith.

²³ Keynes é considerado o precursor da doutrina macroeconômica. Com seu livro “Teoria geral do emprego, do juro e da moeda”, publicado em 1936, Keynes inaugura uma nova fase econômica do capitalismo mundial que vai até meados da década de 1970. Com maior inserção do Estado para corrigir os desequilíbrios do mercado, o mundo experimentou uma onda de crescimento e as pessoas puderam usufruir do que Keynes chamava de “Estado de Bem-Estar Social” (KEYNES, 2017).

²⁴ A propensão marginal a consumir é derivada, basicamente, do quanto de incremento no consumo de um indivíduo ou família acontece quando há um acréscimo de renda.

Milton Friedman²⁵ ficou bastante conhecido por também considerar o consumo como uma função que deriva da renda, mas não necessariamente da renda disponível e sim do que ele considerava como “renda permanente”. O consumo se daria de forma constante e não aumentaria – num primeiro momento – mesmo com significativo aumento variável da renda final do indivíduo. A esse fenômeno individual, Friedman nomeou de “consumidor racional”, ou seja, aquele que se utiliza somente do necessário para sua reprodução social e poupa todo o restante.

Joseph Schumpeter²⁶, por sua vez, salienta que, mesmo nos eventos mais cotidianos, o consumidor não reage de forma tão racional como defende Friedman. Para Schumpeter (1997),

os consumidores não têm preferências muito definidas, e suas atitudes em relação a tais preferências não se assemelham a nada racional ou imediato. Por outro lado, são tão suscetíveis à influência da propaganda e outros métodos de persuasão que muitas vezes parece que suas preferências são impostas pelos produtores, ao invés de guiarem esses últimos. (SCHUMPETER, 1997, p. 257)

E cita Paul Samuelson:

É, contudo, o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele “educados”; eles são, por assim dizer, ensinados a desejar novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daquelas que têm o hábito de consumir. (SAMUELSON *apud* SCHUMPETER, 1997, p. 07)

Schumpeter verte sua análise sobre consumo sob a ótica do crescimento econômico e do fortalecimento do mercado, o que contribui para a ortodoxia da análise, mesmo rompendo parcialmente com a racionalidade utilitária do consumidor.

Com essa breve revisão do arcabouço teórico *mainstream* das Ciências Econômicas, podemos observar que a lógica economicista, seja ela qual for, trata produtores e consumidores de forma interligada e como agentes de um jogo mercadológico, sem problematizar as lógicas culturais subjacentes às atividades de comprar, possuir, manipular e usufruir.

Mas o consumo pode realmente ser considerado como uma atividade estritamente econômica, como sugere a Teoria Econômica *mainstream* de base liberal, inaugurada por Smith

²⁵ Milton Friedman é o maior expoente da escola monetarista de economia. Professor da Escola de Chicago, e influenciado significativamente pela Teoria Neoclássica, Friedman foi o defensor mais fiel da volta à economia de mercado e a redução da participação do Estado, sendo considerado a base das doutrinas de Ronald Reagan e Margaret Thatcher, nos anos 1980.

²⁶ Schumpeter foi um dos economistas mais importantes da primeira metade do século XX, o primeiro a considerar as inovações tecnológicas como mola propulsora do capitalismo, além de também contribuir no campo da Ciência Política, principalmente nos debates acerca do entendimento da democracia contemporânea.

e seguida por membros de diversas escolas de pensamento econômico, como marginalistas, monetaristas, walrasiana e austríacos?

Em *A Loucura da Razão Econômica*, David Harvey reflete sobre como o pensamento economicista se tornou avalizador de toda decisão política e social, detentora do estímulo à produção em larga escala e a barreiras ilimitadas. Harvey deixa clara sua preocupação com o crescimento exacerbado da oferta de bens e produtos e também da oferta de crédito destinado ao consumo:

Boa parte da demanda efetiva derivada das despesas estatais, por outro lado, consiste em capital fictício (antivalor) gerado no sistema de crédito e emprestado ao Estado. As reivindicações sobre a produção futura de valor crescem infinitamente. Crédito de consumo (parte dele predatório) é disponibilizado a todos, inclusive trabalhadores e estudantes, e normalmente aumenta à medida que circula. A fantasia de uma “ilimitabilidade imaginária” no consumo é avidamente perseguida (HARVEY, 2017, p. 176).

2.1. A Cultura de Consumo

Por que, afinal, o consumo é, por um lado, combatido e criticado, mas, por outro, reforçado pela “sociedade de consumo”? E quais as diferenças entre sociedade de consumo, cultura de consumo e cultura de consumidores? Compreendemos que tais diferenciações são importantes, principalmente, para evitarmos confusões conceituais que podem ancorar ainda mais o consumo no debate moral, com suas nuances depreciativas, que pouco contribuem para a compreensão da forma como as pessoas organizam suas vidas cotidianas e manipulam os bens materiais disponíveis.

O termo sociedade do consumo, normalmente, refere-se às sociedades capitalistas e de mercado, tendo o consumo como a principal forma de construção de identidades, e a acumulação de bens, sob a forma de mercadorias e serviços, o principal objetivo. Assim, uma sociedade de consumo teria altas taxas de consumo individual e de descarte das mercadorias, que rapidamente se tornam obsoletas. Em uma sociedade de consumo, o consumidor assume o papel de um agente social e é reconhecido enquanto um ator nas transações econômicas (BARBOSA, 2006).

Autores como Fredrik Jameson e Zygmunt Bauman associam tanto a ideia de cultura de consumo quanto a de sociedade de consumo à cultura pós-moderna. Nesse sentido, a cultura de consumo estaria umbilicalmente ligada à ideologia individualista, valorizando a noção de

liberdade e escolha individual e promovendo a insaciabilidade, com ênfase na produção da linguagem de marketing. O consumo seria a principal forma de identidade e realização pessoal, e a cidadania seria interpretada na linguagem do consumo.

Apesar de todos os avanços dos Estudos do Consumo, este ainda é entendido, majoritariamente, como uma atividade compreendida apenas em sua dimensão de superficialidade e individualismo, além da crítica a oferta de novos bens ligados a “falsas necessidades” que inundam o mercado com opções infundáveis. O consumo, portanto, ainda habita a seara do debate moral, associando os indivíduos e os bens a características depreciativas, como individualismo, hedonismo, materialismo, lassidão moral, falta de autenticidade e até mesmo à destruição de vínculos sociais (BARBOSA, 2006). Outro aspecto desta perspectiva é a constante e persistente oposição entre consumidor e cidadão, com a primeira categoria vista de forma moralmente inferior.

Segundo Barbosa (2006), a maior parte das pesquisas realizadas no Brasil ainda seguem abordagens que analisam o consumo a partir de um debate moral, com olhar depreciativo sobre uma prática cotidiana e fundamental para a reprodução de toda e qualquer sociedade. Tais análises percebem o consumo como destruidor de laços sociais, sendo analisado principalmente como um fenômeno impulsionado pela dominação capitalista e manipulação da indústria da propaganda. As análises se limitam a ver o consumo como parte de um sistema que esconde as relações de produção pelo véu do “fetichismo da mercadoria”, e a ver os indivíduos como manipulados pelas forças da propaganda, que criam desejos irracionais por mercadorias desnecessárias. Além disso, esta linha analítica, ao ver o consumo como atividade que fortalece o individualismo, opõe consumo e sociabilidade.

Finalmente, tais abordagens privilegiam uma síntese antitética – existente entre consumo e autenticidade – que reafirma que o consumo torna as pessoas superficiais e aprofunda a perda de sua autenticidade. O consumo, nesse sentido, seria uma patologia social, culpado de diversos problemas sociais, éticos e ambientais.

Assim, os estudos acadêmicos convencionais sobre consumo levam a crer que o mesmo é responsável pela produção de “humanos específicos”. O consumo seria o indutor de uma competição entre indivíduos pela busca por status – como mediador de relações sociais e indicador de classe –, além de limitar as pessoas, tornando-as individualistas e classificando-as como “consumidoras por comparação” (consumo conspícuo). O consumo criaria uma

“sociedade de consumo” e uma “cultura de consumo”, onde o hedonismo, o individualismo e a superficialidade seriam predominantes.

Dessa forma, as linhas de investigação empreendidas na maioria das pesquisas acadêmicas brasileiras reforçam uma visão limitada do consumo, marcando mais perdas do que aspectos positivos. Dentre estes últimos, podemos citar a melhoria nos padrões de vida proporcionada pelo acesso aos bens. No entanto, se alguma mobilidade social é obtida através do aumento do nível de consumo, esta é vista como uma conquista não legítima ou menos importante.

No entanto, como veremos, o consumo serve para construir cercas e pontes, na conhecida formulação de Douglas e Isherwood (2009).

2.1.1. A Crítica à alienação da sociedade consumista

O senso comum acerca do consumo sempre esbarra no debate moral. O que mais observamos são as críticas a como um indivíduo “perde sua identidade” e se torna alguém moralmente inferior pelo fato de se dedicar aos bens de consumo, e é exatamente sobre esse fato, sobre a crítica à alienação do indivíduo, que deve ser realizada outra crítica: uma “crítica da crítica”, onde a ordem de observação é subvertida, quando a produção se torna o alvo da análise:

O trabalhador não cria nada, porque seu trabalho é sempre, permanentemente, um trabalho concreto, diário, limitado apenas a suas necessidades mais pessoais; ou seja, porque as ramificações concretas e combinadas do trabalho, dentro da atual ordem universal, encontram-se separadas, postas em oposição umas às outras; resumindo, porque o trabalho não está organizado. A própria sentença da Crítica, caso a interpretarmos segundo o único sentido racional que pode ter, exige a organização do trabalho. O trabalhador não cria nada; esta sentença é, aliás – se prescindirmos do fato de que o trabalhador individual não produz nada que seja total, o que representa uma tautologia –, completamente maluca. A Crítica crítica não cria nada, o trabalhador cria tudo, e tudo de forma tal que enche de vergonha toda a Crítica, também em suas criações espirituais; os trabalhadores franceses e ingleses dão testemunho disso. O trabalhador cria até mesmo o ser humano; o Crítico permanecerá sempre um ser inumano, para o que lhe resta, por certo, a satisfação de ser um Crítico crítico. (MARX & ENGELS, 2011, p. 40)

Essa passagem de “A Sagrada Família” (MARX & ENGELS, 2011) nos leva a enveredar pelo mundo do trabalho, dando a tônica de como a produção sempre foi vista como a parte da equação que torna toda a dinâmica econômica possível, dando aos trabalhadores a

importância e a responsabilidade pela mesma e, mesmo assim, a culpa pela degeneração social recai sobre o consumo. O problema todo pode ser descrito a partir do fato de que ainda predomina entre nós as análises do consumo e da sociedade de consumo influenciadas pela Escola de Frankfurt e pelos trabalhos de autores como Jean Baudrillard e Zygmunt Bauman.

No que tange à indústria cultural, na análise dos autores frankfurtianos, estaríamos observando a padronização de comportamentos de consumo, moldados para atender a oferta das empresas, tendo sua força obtida através da propaganda e do marketing.

No entanto, reconhecer que os bens são centrais em todas as sociedades reforça a ideia de que o consumo se encontra situado em uma função muito mais relevante do que aquela que é registrada pela simples satisfação de necessidades materiais e utilitárias. Mas essa caracterização do consumo começa a aparecer em reflexões acadêmicas somente a partir dos anos 1980, ou seja, passamos muitos anos sem análises sociológicas consistentes que poderiam explicar melhor as nuances e lógicas do consumo.

Em parte, isso aconteceu porque o discurso econômico conseguiu hegemonizar as discussões sobre este conceito, principalmente por não ter compromisso em explicar as origens de temas como a “insaciabilidade”, “propensão a consumir/poupar” e “consumo ótimo”, pois são considerados “dados” que servem de mensuração para a dinâmica econômica. Suas dimensões sociais e culturais são secundarizadas, não recebendo a devida atenção e nem mesmo são levados em consideração como possíveis variáveis exógenas que impactariam o equilíbrio do mercado.

Assim, na análise de questões relacionadas ao consumo, temos de conviver com uma profusão de afirmações, representações, julgamentos e pré-noções que o classifica automaticamente como “consumismo”, ato exacerbado de comprar coisas desnecessárias, prejudicial tanto para o indivíduo e sua construção identitária, quanto para a sociedade e para o meio ambiente.

O consumismo normalmente é entendido como uma orientação e estímulo às pessoas a aumentarem seu consumo, mesmo que seja de bens e serviços supérfluos. Consumismo é relacionado, ainda, à cultura de consumo de massas e à chamada Indústria Cultural, analisada pelos pensadores da Escola de Frankfurt, em especial Adorno e Horkheimer. Esse tipo de visão está presente também no senso comum e nas reportagens jornalísticas, sendo caracterizado por comportamentos por vezes considerados patológicos de um consumidor alienado, obsessivo e impulsivo, manipulado pela mídia e pelas táticas da propaganda e do marketing de empresas

que buscam lucrar com a construção de “falsas necessidades”. No que tange à Indústria Cultural, haveria uma padronização de gostos, moldados através da propaganda e do marketing para atender a oferta de bens pelas empresas.

O consumismo estaria relacionado, ainda, ao que tem sido chamado de obsolescência programada, ou seja, o planejamento de um tempo máximo de vida útil dos produtos – especialmente, mas não só, os eletroeletrônicos – que ficariam obsoletos ou estragariam rapidamente, necessitando serem trocados para versões mais atualizadas.

Tudo isso que está ligado ao termo “consumismo” é uma forma de imputar ainda mais as características negativas ao consumo, principalmente a ideia de destruição de identidades e de livre arbítrio das escolhas: a alienação seria, neste sentido, a principal característica atribuída aos indivíduos alcunhados como “consumistas”. Estes indivíduos seriam fadados a dispendem parcela significativa de sua renda com o consumo de bens supérfluos, gerando alienação e destruição de vínculos sociais.

No entanto, como demonstraremos abaixo, o consumo tem sido analisado como um processo cultural que envolve a construção de relações sociais. Tratar compra e consumo como equivalentes, não nos ajuda a compreender a dinâmica social envolvida neste processo.

O foco no consumismo, entendido como forma de alienação e automaticamente restrito às compras, dificulta a observação de questões relacionadas à lógica cultural e às práticas cotidianas. Além, é claro, do fato de que este foco nos permite ver somente características negativas do consumo.

Destoando desse entendimento que relaciona consumo a compras e a consumismo, autores como Campbell (2001), Warde (2005) e Miller (2013) mostram que os sujeitos não estariam propensos à “destruição” de suas características identitárias e nem tão pouco seriam influenciados pela propaganda e marketing de forma passiva. Mesmo numa escolha que pode parecer irracional, influenciada pelo marketing, o indivíduo ainda tem liberdade de querer ou não dispendem sua renda e realizar a compra. O indivíduo não é totalmente racional e consciente – como sugere o *homo economicus* – mas também não é um ser irracional que não leva em consideração seu planejamento financeiro. Tal consideração merece um aprofundamento que permita compreender o consumo, a compra e os processos de decisão sobre como se dão os processos de alocação de recursos.

2.2. Consumo e Cultura Material

Douglas & Isherwood (2009) mostram que o consumo não está ligado a decisões puramente econômicas. Os indivíduos não consomem única e exclusivamente para otimizar sua satisfação e maximizar sua utilidade. Ao contrário, para os autores, os bens de consumo são comunicadores de valores sociais e categorias culturais. Nesta abordagem, o consumo estaria ligado a rituais de estabelecimento e manutenção de relações sociais. Participar ou não de tais rituais mostra quem está incluído ou excluído de determinado grupo social. Os bens teriam, portanto, a função de marcação e ordenamento do mundo, sendo as partes visíveis da cultura: os bens servem a um propósito essencialmente comunicativo, tornando visíveis e estáveis as categorias da cultura.

Bourdieu (2007) representa uma inspiração para a compreensão dos mecanismos sociais e culturais do consumo de bens, reiterando a necessidade de retirar os fatores econômicos do centro do entendimento das práticas culturais de consumo. O autor encontra uma conexão entre as preferências individuais em esferas como esporte, cultura, comida, música, livros, arte etc. com a posição de cada indivíduo na estrutura hierárquica das classes sociais, mostrando que o consumo e o gosto são frutos de uma aprendizagem relacionada à posição e origem social.

Bourdieu desmistifica a ideia de que o gosto seria inato e de que “gosto não se discute”. Para ele, o gosto classifica e distingue aquele que gosta e que não gosta. Haveria, portanto, um aprendizado do gosto, seja a partir do capital cultural herdado da família seja a partir do que é aprendido nas instituições de ensino. De acordo com a influência exercida por essas instituições (seja a família, seja a escola), o indivíduo aprenderia o gosto e a forma de consumir. O gosto seria, portanto, um gosto de classe.

E nada definiria melhor, para Bourdieu, a estrutura de relações que distingue as classes, do que o consumo. Isso pode ser verificado, principalmente, com o consumo de bens artísticos pelas classes mais abastadas, assim como o gosto peculiar e o tempo despendido com a decoração da casa e o vestuário. O consumo – que manifesta em sua essência o gosto e as preferências – seria um condicionamento associado a uma classe ou a uma fração de classe. O gosto seria, então, uma forma de diferenciação social e, ao mesmo tempo, de intolerância às escolhas e preferências de outros pertencentes a outras classes sociais.

Numa linha diferente, Appadurai (2006) discute o processo que faz com que as coisas se tornem mercadoria. Tal processo pode ser carregado de dimensões históricas, sociais e

culturais – e não somente econômicas. O autor trabalha com a noção de *regimes de valor*, dados no tempo e no espaço, ou seja, a relação dialética entre desejo e demanda, sacrifício recíproco e poder. Além disso, o autor mostra que as coisas possuem uma biografia social, ou seja, podem atravessar diferentes regimes de valor, onde “contam” histórias, apresentam seus contextos sociais e seu processo de circulação.

Ao contrário de enfatizar diferenças de identidade relacionadas aos níveis de consumo, Campbell (2006) acredita que, na verdade, os indivíduos resolvem essa problemática de construção identitária com a atividade fundamental registrada através do prazer imaginativo, e não somente com a seleção e a compra de produtos. As preferências pessoais não seriam, ao contrário da proposição de Bourdieu, dependentes única e exclusivamente do pertencimento a grupos sociais – como a família e a escola – pois as pessoas podem desenvolver um gosto particular, individual, independentemente de sua classe social.

Lívia Barbosa, precursora dos Estudos do Consumo no Brasil, mostra que o consumo é um processo que media relações e práticas sociais (BARBOSA, 2006). Com isso, avança na análise mostrando que, devido às relações e práticas, o impacto do consumo não se dá somente em nível individual. Para a autora, o consumo possui caráter elusivo e significações tanto “negativas” – como sua dimensão de destruição – quanto “positivas” – como sua relação com a expressão e a criatividade. O ato de consumir seria um ato cultural que estabelece mediações entre estruturas de significados, como as identidades, por exemplo. Assim, consumo e cultura material são “aspectos fundamentais de qualquer sociedade” (BARBOSA, 2006, p. 9).

Do ponto de vista empírico, toda e qualquer sociedade faz uso do universo material a sua volta para se reproduzir física e socialmente. Os mesmos objetos, bens e serviços que matam nossa fome, nos abrigam do tempo, saciam nossa sede, entre outras “necessidades” físicas e biológicas, são consumidos no sentido de “esgotamento”, e utilizados também para mediar nossas relações sociais, nos conferir *status*, “construir” identidades e estabelecer fronteiras entre grupos e pessoas. Para além desses aspectos, esses mesmos bens e serviços que utilizamos para nos reproduzir física e socialmente nos auxiliam na “descoberta” ou na “constituição” de nossa subjetividade e identidade. (BARBOSA, 2006, p.22)

Considerando a complexidade da conceituação do consumo, Miller (2001) afirma que existe uma diversidade de mercadorias disponíveis e uma igualmente diversa forma de produção e circulação (concepção, promoção e venda). Ou seja, a explicação econômica, excessivamente simplificada, não consegue esgotar as discussões acerca do consumo. Para Miller, o importante não é o processo de mercadorização em si, mas o contexto específico em que este processo ocorre e no qual cada mercadoria será consumida. O autor sugere pensar o

consumo como um aspecto da cultura material que nos constitui enquanto humanos: “ao invés de promover o materialismo, o consumo pode ser usado para entender nossa humanidade” (MILLER, 2007, p. 33):

A cultura material do consumo parece ser o ponto de referência ideal para se encaixar no contínuo fetichismo da mercadoria, não só em nível teórico, mas também em um nível prático de tentar considerar quais transformações em conhecimento e produção são necessárias para fazer os consumidores reconhecerem os produtos que compram como, entre outras coisas, a corporificação do trabalho humano. (MILLER, 2007 p. 52)

Autores das áreas de Sociologia, Antropologia, Administração e Designer, entre outras, buscam explicar o porquê de as pessoas quererem bens. E Miller deixa bem claro que, ao contrário dos economistas, que priorizam uma explicação baseada em escolhas racionais de indivíduos isolados no mercado, e dos moralistas, que criticam o consumo devido à sua suposta ação destrutiva de vínculos sociais, o consumo será mais bem analisado se partirmos da ótica da cultura material. Para isso, precisamos entender como Miller conceitua cultura material.

Não conheço grandes mitos para a criação das disciplinas modernas (embora existam precedentes clássicos), mas às vezes imagino algum momento da criação que parece uma reminiscência de uma história de Kipling. Nele, vejo uma jovem magra representando o mundo dos artefatos – o que chamamos de cultura material. Por alguma razão mítica, ela parece estar chegando tarde na reunião crucial. Ao chegar, ela descobre que todas as outras áreas possíveis de investigação já estão saindo com suas novas e premiadas disciplinas, das quais elas podem criar sua identidade, mas, por último, ela descobre, horrorizada, que todas as disciplinas disponíveis foram distribuídas e que nada é deixado para ela. (MILLER, 1998, p.483)²⁷

Para Miller (2013), “cultura material” é um termo relacionado ao sentido que as coisas podem ter e o quanto têm influência na cultura e na identidade de uma sociedade. As coisas se transformam em legado para uma sociedade a partir do momento em que possuem significado, importância. Esse legado pode ter diversas “funções”, como sua utilidade em determinado cerimonial ritualístico, ou um totem que assume a função de marcar o tempo e carregar memória.

²⁷ Tradução livre do original: “I know of no grand myths for the creation of the modern disciplines (though there are classical precedents), but sometimes I imagine some moment of creation which I take to be reminiscent of a Kipling just-so story. In it I see a thin young woman representing the world of artifacts – what we call material culture. For some mythical reason she seems to be arriving rather late at the crucial gathering. Upon arrival she discovers that all the other areas of possible enquiry are already leaving with their prized new disciplines from which they could create their identity, but, coming last, she finds to her horror that all the available disciplines have been given out and that nothing is left to her.”

Estudos da cultura material trabalham através da especificidade de objetos materiais para, em última instância, criar uma compreensão mais profunda da especificidade de uma humanidade inseparável de sua materialidade. (MILLER, 2007, p.47)

Para Miller (1997), os estudos de cultura material podem ser divididos em duas etapas. A primeira orienta o debate sobre a importância de estudar as “coisas”, principalmente ao considerar que não há como retirá-las da vida social. Nas décadas de 1970 e 1980 surgiram estudos que apontam para essa necessidade, como é o caso de Bourdieu, Appadurai e o próprio Miller, dando origem a uma variedade de abordagens acerca da materialidade.

As obras dos autores adotados aqui, como Bourdieu, Douglas, Campbell, Miller e Appadurai, demonstram que é possível uma análise aprofundada do entrelaçamento entre indivíduos e coisas, sem cair na armadilha da destituição das formas de sociabilidade tradicionais, como as relações de trabalho, por exemplo. O consumo é a base concreta da distinção e do gosto e, por isso, é considerado uma das principais estratégias de reprodução social de desigualdades e hierarquias sociais. Mas, como lembra Appadurai (2008, p. 10), “além de reproduzir os vínculos sociais, o consumo também gera formas particulares de solidariedade, confiança e sociabilidade fundamentais para a vida social”.

Miller parte do estudo da cultura material para apresentar uma perspectiva que considera mais relevante para estudar o consumo, não somente destacando as implicações positivas, mas adentrando nas discussões morais, principalmente as que envolvem certo “preconceito antimaterial”, ou seja, uma negação da importância das coisas materiais na construção das sociedades.

Mas por que o consumo é visto como algo a ser delimitado e contido por seus prejuízos ambientais, enquanto a produção, na ótica economicista, é tida como algo positivo e, portanto, estimulado? É a partir desse questionamento que adentramos no debate moral envolvendo o consumo – e aproveitamos para salientar a importância da análise oriunda dos estudos da cultura material para desmitificarmos o senso comum que cerca os debates sobre o tema.

No artigo “Social Life of the External Objects”, publicado em 1998, Miller faz uma alusão à “criação do mundo”, evidenciando como o estudo da cultura material não tem sido levado a sério, e demarcando a importância do estudo de artefatos:

Como os arquitetos podem entender os efeitos dos edifícios que criam sem uma teoria do artefato, como podem os arqueólogos, que precisam reconstruir sociedades antigas inteiramente através da descoberta de artefatos deixados para trás, trabalhar sem cultura material, o que guiaria os designers em seus trabalhos, quem poderia estudar crianças brincando com brinquedos, sobre o que teorizam os economistas e os

negócios, se não é a demanda por bens? Como podemos deixar todas essas disciplinas sem a consciência de que existe algum campo mais amplo que as une a todos e através do qual eles podem conversar? Esse foi o meu destino prometido. (MILLER, 1998, p.483)²⁸

O debate moral leva o mundo moderno a um circuito sem fim de “signos” supérfluos, o que também gera uma existência baseada na experiência pós-moderna de superficialidade e fragmentação (MILLER, 2007). Em seus estudos sobre os “trecos”, Miller sugere que não devemos cair na armadilha das análises que consideram as pessoas como indivíduos à espera da influência mercadológica acertada – principalmente por campanhas de marketing – para abrirem suas carteiras e usarem seu dinheiro para a aquisição de tais coisas inúteis.

Muito maior do que a simples questão de saber se o consumo é bom ou ruim é a profundidade dos estudos de cultura material, em que o debate se dá no nível da multidimensionalidade. O debate acadêmico moral, presente também no senso comum, enxerga os consumidores única e exclusivamente em seu nível mais baixo de apego material. Além disso, sendo o consumo uma esfera corriqueira e mundana da vida social, tem sido menosprezado como objeto de pesquisa e subteorizado. A questão moral que envolve o consumo deve trazer de volta o elemento da natureza humana entre esses diversos aspectos, sem reduzir a humanidade a uma busca por objetos para em seguida negá-la. Ou seja, Miller (2013) defende uma abordagem séria sobre a cultura material, considerando-a como parte integrante da construção da própria ideia de humanidade.

A maior parte da crítica ao consumo refere-se ao consumo de massas disseminado pelo aumento da produção. Nessa concepção, o consumo é visto como gasto e desperdício da cultura material, principalmente por estar colado a um entendimento superficial e linear: a matéria-prima é transformada em produtos com valor agregado e se torna objeto “útil” ao consumidor que, ao fim da cadeia, o esgota quando o adquire no mercado.

Mas e se a visão sobre consumo oriunda dos estudos da cultura material fosse vista como uma ferramenta para acesso daqueles indivíduos que se encontram em situação de miserabilidade? E se o acesso aos bens fosse interpretado como uma forma de redução da

²⁸ Tradução livre do original: “How can such a thing be? Surely I should be the grandest of them all. Look who depends upon the study of artifacts. How can architects understand the effects of the buildings they create without a theory of the artifact, how can archaeologists who have to reconstruct ancient societies entirely through the uncovering of left behind artifacts work without material culture, what would guide designers in their work, who could study children playing with toys, what is it economists and business studies theorize about if it is not the demand for goods? How can we leave all these disciplines without even the consciousness that there is some wider field that unites them all and through which they can converse? That was my promised destiny”. (MILLER, 1998, p. 483)

pobreza? A autonegação da condição de pobreza como causa originária do sofrimento humano se transforma num debate moral enviesado, onde não se naturaliza o consumo, mas sim as relações sociais oriundas do capitalismo (MILLER, 1998). O mundo material é algo palpável e concreto, constituinte da nossa existência. Os objetos possuem qualidades reais que afetam nossa percepção e nossa coabitação com os mesmos (MILLER, 1998).

Os estudos da cultura material – que analisam as especificidades de objetos e criam uma compreensão profunda da especificidade humana na sua relação com eles – têm contribuído para que nossa relação com as coisas não seja julgada como imoral, apontando a inseparabilidade entre humanos e suas criações materiais. As explicações oriundas das ciências econômicas não nos ajudam a entender o que é a materialidade. E quanto mais a humanidade busca alcançar o que seria a imaterialidade, mais específica fica sua proximidade com o mundo material. As explicações oriundas das ciências sociais nos aproximam melhor desse entendimento, pela sua visão em perspectiva.

A crítica ao materialismo advém da ideia de que as pessoas seriam “contaminadas” e corrompidas pelas mercadorias e acumulação de coisas (MILLER, 2007). O materialismo, nesse sentido, estaria relacionado ao apego e à devoção das pessoas por bens, que tomariam o lugar do que realmente deveria ser alvo de tal devoção: o imaterial. Esse debate é importante pois os Estudos da Cultura Material entendem as pessoas juntamente com as coisas que as constituem.

Em relação ao discurso *mainstream* das Ciências Econômicas, que contrapõe sujeitos e objetos, Latour (2007) explica que a teoria dialética apenas ressuscita essa oposição, insistindo que as transformações sociais não podem ser oriundas de elementos que não possuem poder de motivação, como é o caso dos elementos materiais e imateriais, principalmente porque não liberam energia social – somente as pessoas teriam essa capacidade. Já Miller acredita que a teoria dialética consegue transcendê-los. Para Miller,

uma abordagem genuína de cultura material começa e termina com uma compreensão intensificada e não reduzida da humanidade, ao reconhecer também a sua materialidade intrínseca. (MILLER, 2003 p. 53)

Com isso, Miller enfatiza a sociabilidade das coisas. E para pensar com base nas características dialéticas e relacionais da materialidade, o foco na socialização, que envolve uma dinâmica entre pessoas e coisas, é fundamental (DELEUZE e GUATTARI, 2004).

Se continuarmos sem problematizar a forma pela qual as coisas são vistas e participam da vida social, ao contrário do que Marx nos atenta em sua formulação acerca do fetichismo da mercadoria, cairemos na armadilha de não ver nem os padrões de trabalho e nem as relações sociais. Afinal, não existem relações sociais sem coisas. Há uma conexão entre os bens e a corrente por eles criada entre as pessoas, e entre a produção e o consumo. Miller (2003) deixa claro que a cultura material

parece ser o ponto de referência ideal para se encaixar no contínuo fetichismo da mercadoria, não só em um nível teórico (...), mas também em um nível prático de tentar considerar quais transformações de conhecimento e produção são necessárias para fazer os consumidores reconhecerem os produtos que compram como, entre outras coisas, a corporificação do trabalho humano (MILLER, 2003, p. 52).

Como pudemos observar nessa breve revisão, o estudo da cultura material enfatiza a inseparabilidade entre humanidade e materialidade, transcendendo a dualidade presente na ideia de que possuem energias diferentes (humanos e coisas inanimadas). Assim, os estudos da cultura material incluem as coisas na compreensão do mundo social, admitindo que apenas ao considerarmos as coisas poderemos contar histórias, criar identidades, demarcar a passagem do tempo e construir vínculos sociais.

Vimos brevemente, até aqui, algumas abordagens sobre o consumo e a cultura material. As reflexões teóricas sobre estes dois temas, em especial a partir das análises de Daniel Miller, formaram o arcabouço utilizado nesse estudo para permitir uma indagação sobre o consumo de jovens rurais. Consumo é entendido aqui tanto como compra e troca quanto como usufruto daquilo que é comprado e trocado.

2.3. Estudos sobre juventude no Brasil

Os estudos de juventude rural não costumam envolver reflexões acerca da cultura material (KUMMER & COLOGNESE, 2013). Weisheimer (2005) identifica estudos acerca das juventudes que habitam áreas rurais desde os anos 2000, advindos de diversas áreas do conhecimento, como a Sociologia, a Antropologia e Ciências as Econômicas. Tais estudos, na maior parte das vezes, agregam estes jovens ao estudo do rural e da agricultura familiar, enfocando principalmente temas como sucessão, permanência e desenvolvimento da agricultura. Além disso, buscam construir um conceito restrito ao fato de que vivem em zonas

rurais e necessariamente agrícolas, como “jovem rural” e “jovem camponês”, além de outros termos como “jovem neorural” e “jovem urbano” (CARNEIRO, 1998).

Os(as) jovens podem construir – e constroem – consciência a partir de seu cotidiano e das suas ações e, assim, conseguem também construir um pensamento que não os define, necessariamente, como uma nova categoria juvenil – o jovem rural – mas que ajuda na análise que pode seguir pelo caminho da comparação entre territórios distintos, como o urbano e o rural (KUHN, 2017).

Tais estudos raramente abordam práticas de compra, troca e manipulação das coisas por jovens rurais, de forma a possibilitar uma comparação (ou até mesmo uma identificação) com a juventude urbana.

Acreditamos que é importante ir além da estigmatização e da reificação de conceitos já consolidados, lançando luz sobre aspectos pouco abordados nas análises dessa parcela etária que reside em territórios rurais. Um desses aspectos é a relação dos jovens rurais com a cultura material.

Mas por que é importante analisar como os jovens rurais manipulam as coisas disponíveis em sua cultura material? A primeira resposta é que tais análises nos ajudam a fugir do senso comum que os rotula, automaticamente, seja como uma parcela social em construção, não dotada de arbítrio, sendo relegados a conviver com a alcunha da irresponsabilidade, inclusive financeira, seja pela suposta rebeldia característica dos jovens.

Um artigo publicado na revista “Isto É” em agosto de 2005 (CARUSO; MORAES & VANUCCHI, 2005) evidencia a visão de senso comum presente nos estudos de mercado acerca das demandas oriundas de jovens, que “sempre acham que as mesadas e semanadas não são suficientes. Fazem cara feia quando têm que abrir mão de uma balada e frequentemente estouram a conta do celular...”. E os autores continuam:

Com a tecnologia no DNA, cobiçam games e aparelhos de som de última geração. Às vezes doces, às vezes cheios de ira, temem ser os mais desprezados e insignificantes seres do mundo sem “aquela” calça ou “aquele” tênis. Essas criaturas ávidas por novidades são 33 milhões de brasileiros de dez a 19 anos – uma força consumidora que, cada vez mais, não pode ser desprezada em nenhuma campanha publicitária. Estudo realizado pela Ipsos Brasil em 2004, com 4,3 milhões de garotos e garotas de 13 a 17 anos de todas as classes sociais em nove centros urbanos, revela o potencial de compra dessa galera que faz dos shoppings e da internet seus mais concorridos espaços sociais. O estudo mostrou que 62% deles frequentam shoppings, 43% têm celular e 20%, computador pessoal. Índices que nas classes AB sobem para 78%, 65% e 44%, respectivamente, e superam a média da população adulta, que é de 54%, 39% e 15% (CARUSO; MORAES & VANUCCHI, 2005).

Uma das justificativas para fechar questão sobre o comportamento dos jovens é o argumento de que “essa meninada é fruto da sociedade na qual está inserida” (CARUSO; MORAES & VANUCCHI, 2005). Os autores apresentam:

Se os próprios pais têm dificuldades de resistir ao impulso de compra, o que esperar dos adolescentes? (...) Pessoas de 30 a 45 anos, que têm inserção social de responsabilidade como outros adultos, mas mantêm estilo de vida adolescente. Adoram shoppings e roupas de grife, apesar de associar a marca à qualidade e aderem totalmente à lógica de significação dada ao consumo (CARUSO; MORAES & VANUCCHI, 2005).

Mas o que dizer desses jovens que não têm acesso aos *shoppings* e a centros comerciais de compras? Podemos notar que há uma preocupação em não culpabilizar o objeto como responsável pela relação de dependência com a compra desenfreada, ou com a ligação à sociedade consumista, mas sim com as relações interpessoais existentes e referem-se até mesmo à conceituação apresentada por Veblen (1988), voltando ao que foi apresentado como “consumo conspícuo”:

O importante não é o objeto em si, mas o que ele significa nas relações. O jovem busca possuir determinado item para ser igual e ao mesmo tempo diferente. Tanta necessidade de auto-afirmação explica por que a garotada julga crucial ter a pulseirinha ou o videogame valorizado pelos amigos (CARUSO; MORAES & VANUCCHI, 2005).

A crítica a essa análise comportamental advém do histórico que Weisheimer apresenta, sobre a invisibilidade a qual a juventude rural está relegada, principalmente por ser vista a partir de comportamentos “não convencionais” encontrados em adultos e pessoas mais velhas:

A “situação de invisibilidade” a que está sujeito a juventude rural se configura numa das expressões mais cruéis de exclusão social, uma vez que dessa forma esses jovens não se tornam sujeitos de direitos sociais e alvos de políticas públicas, inviabilizando o rompimento da própria condição de exclusão. Nesse contexto, a juventude rural aparece como um setor extremamente fragilizado de nossa sociedade. (WEISHEIMER, 2005, p.8).

Como podemos observar, se a temática da juventude, dificilmente é tratada em análises acadêmicas, quando enfatizamos a juventude rural, as análises em geral ficam restritas às características já definidas para a população residente em territórios rurais (KUMMER & COLOGNESE, 2013).

A juventude rural, normalmente é ligada automaticamente ao trabalho na agricultura, não havendo o reconhecimento de que existem outros trabalhos disponíveis para a juventude

que reside em áreas rurais, como mostra o debate sobre pluriatividade das famílias rurais (WEISHEIMER, 2005).

Weisheimer (2005) analisa os estudos sobre juventude rural e mostra que, no período compreendido entre 1990 e 2004, foram registrados 36 trabalhos acadêmicos com esta temática, sendo duas teses de doutorado, 18 dissertações de mestrado, três livros e 27 artigos publicados em periódicos e/ou anais de congressos. O foco destes trabalhos foi dividido pelo autor em quatro linhas distintas: 1) Juventude e Educação Rural (8 trabalhos); 2) Juventude Rural, Identidades e Ação Coletiva (13 trabalhos); 3) Juventude Rural e Inserção no Trabalho (10 trabalhos); e 4) Juventude e Reprodução Social na Agricultura Familiar (19 trabalhos). Como podemos observar, predominam os trabalhos que analisam o papel da juventude em relação ao trabalho, à educação, à ação política e à agricultura como atividade produtiva familiar, com quatro focos de abordagem bem demarcados: a reprodução geracional, a noção de “projetos individuais” ou “projetos de vida”, a pluriatividade e o acesso à cidadania, por participar nos processos de reprodução da agricultura familiar (WEISHEIMER, 2005). Os estudos analisados pelo autor ainda apontam uma preocupação quanto à conceituação da juventude, sendo apontada, por um lado, como “faixa etária” e, por outro, como “período de transição”.

Uma explicação para a centralidade das abordagens marcadas pelo etarismo²⁹ e pela ideia de transição pode ser encontrada em Bourdieu (1983), que salienta que as divisões entre as idades são necessariamente arbitrárias, sendo uma disputa presente em todas as sociedades. Esta fronteira etária socialmente instituída deixaria a juventude sob a responsabilidade da irresponsabilidade.

Entender a juventude simplesmente como um processo em construção seria uma desconsideração com as características históricas e culturais, relegando o debate aos aspectos geracionais e biológicos, e tomando os jovens como objetos de estudo com característica de problema social e/ou potência a ser explorada. Autores como Sarriera, Câmara e Berlim (2006) acreditam que a temática da juventude precisa ser compreendida a partir de suas ambivalências, ou seja,

como um conjunto de estatutos que assume e de funções sociais que desempenha uma determinada categoria de sujeitos na sociedade, então, no caso de jovens, determinada pela situação de transição da dependência familiar à autonomia social (SARRIERA, CAMARA e BERLIM, 2006, p. 21).

²⁹ O termo foi cunhado por Robert Butler, um gerontologista estadunidense que define uma forma de intolerância relacionada à idade, dedicada principalmente às pessoas idosas, mas podendo ser observada também em relação à juventude. <http://www.etarismo.com.br>. Acesso em 16/09/2020.

A construção de uma identidade jovem e rural é muito importante para que não invisibilizemos essa juventude, mas precisamos. Além de ser uma categoria que representa identidade social, a juventude rural pode gerar múltiplos significados, principalmente, por diferentes contextos apresentados e por ainda ser rigidamente demarcada por relações de hierarquia social, ainda mais quando os debates do senso comum os classificam como “atrasados”, por não viverem em territórios urbanizados (CASTRO, 2008, p. 3).

Os estudos dos(as) jovens rurais precisam levar em consideração, também, anseios de busca de um melhor “padrão de vida”, quando se enxerga nos centros urbanos oportunidades de melhores condições de trabalho, acesso a bens de consumo e possibilidades de uma vida mais moderna. Entretanto, isso pode não ser o pensamento em sua totalidade, pois o pertencimento à sua localidade de origem também deve ser uma variável adicionada a essa equação (WEDIG & MENASCHE, 2009).

Seguindo tendência já observada por Weisheimer (2005), a invisibilidade da juventude rural, ainda persiste. O autor observa a volta de estudos que verificam o aumento do êxodo rural, registrado entre 2005 e 2013, em que se observa uma saída paulatina de jovens dos territórios rurais. Esse crescimento é devido, amplamente, às mulheres jovens, que saem em busca de maior oferta de estudo e trabalho, contribuindo para um aumento da masculinização e envelhecimento do rural. Entretanto, o debate ainda continua majoritariamente ligado ao comportamento e às atividades rurais que os(a) jovens podem desempenhar em seu território, como observamos no trecho a seguir:

A invisibilidade é a qualidade de um objeto que não é visto pelos observadores, porque não absorve ou reflete a luz. Ao adicionar o termo social, nos referimos a situações em que certos sujeitos estão em relações sociais. É, portanto, uma ação social que implica não ver o outro, não ver sua existência social e tudo o que deriva desse fato. Em outras palavras, entendemos que a invisibilidade social é todo um processo de não reconhecimento e indiferença em relação aos sujeitos da sociedade. Essa invisibilidade social nega ao outro o direito de reconhecimento e identidade social. Manifesta-se na vida cotidiana, age intersubjetivamente e é objetivo nas práticas do senso comum e no campo científico. Em particular, em relação à produção de conhecimento científico, a invisibilidade é processada quando não abrange tais assuntos, não reflete sobre eles, não reconhece sua existência e não lhes atribui capacidades reflexivas (WEISHEIMER, 2013, p. 23)³⁰.

³⁰ Texto traduzido do original: “La invisibilidad es la cualidad de un objeto no ser visto por los observadores, porque no absorbe ni refleja la luz. Al añadir el término social nos referimos a situaciones en las que determinados sujetos son en las relaciones sociales. Es, por tanto, una acción social que implica no ver el otro, no ver su existencia social y todo lo que se deriva de este hecho. Es decir, entendemos que invisibilidad social es todo un proceso de no reconocimiento y indiferencia con relación a los sujetos de la sociedad. Esta invisibilidad social niega al otro el derecho de reconocimiento y a la identidad social. Se manifiesta en la vida cotidiana, actúa de manera intersubjetiva y se objetiva en las prácticas del sensorio común y del campo científico. En particular, con relación a la producción del conocimiento científico, la invisibilidad se procesa

Por fim, podemos dizer que a juventude rural retorna ao foco das discussões acadêmicas, como apresenta Castro (2008), em uma tentativa de classificar o que seria “ser rural”, ainda carregando estigmas em comparação ao mundo urbano-industrial. Isso pode ser observado, de um lado, pela sua dificuldade em se adequar em um ambiente urbano, sendo alcunhados de “roceiros”, e por outro em seus próprios territórios, pela parcela mais velha da população que, por não estarem inseridos nos trabalhos camponeses, os considera “muito urbanos” (CASTRO, 2008, p. 6).

2.3.1. A importância do “ressurgimento do rural” para o debate sobre juventude

Durante muito tempo, quando se falava sobre a conceituação do que seria o espaço rural, nos deparávamos com assertivas acerca sobre um espaço atrasado, não dotado do potencial industrial das áreas urbanas. As áreas rurais seriam abrigos de processos anteriores à modernização registrada com a Revolução Industrial, e as pessoas que ali habitavam, estariam fadadas a não percorrer conjuntamente a marcha de desenvolvimento do país. Dessa forma, os países com vasta área rural, eram tidos como não capacitados a ascender para o *hall* dos países com maior qualidade de vida, com o capitalismo desenvolvido e eram tidos como os “celeiros do mundo”³¹

O Brasil, por exemplo, é um país com vasta extensão rural e, assim como em outras partes do mundo, também relegou suas áreas rurais à subalternidade frente às áreas urbanas. Sem se preocupar com o desenvolvimento que poder-se-ia gerar nas áreas rurais, começa a registrar migrações cada vez maiores de populações do campo em busca de empregos e melhores condições de sobrevivência para áreas urbanas, tendo suas áreas rurais e sua população transformadas no que Maria da Conceição Tavares (1972) chamou de “exército industrial de reserva”: conceito que protagonizou por décadas as discussões acerca de políticas públicas que seriam destinadas a essa parcela social, transpassando as barreiras nacionais e sendo pautada pela Comissão Econômica Para a América Latina – CEPAL³².

cuando éste no abarca tales sujetos, no refleja en ellos, no les reconoce la existencia y tampoco les atribuye capacidades reflexivas” (WEISHEIMER, 2013, p. 23).

³¹ Os países que apresentam altas taxas de exportação de *commodities*, como é o caso do Brasil, são alcunhados de celeiros do mundo, principalmente por produzirem manufaturas, ou seja, produtos com baixo valor agregado ou tecnologia.

³² A CEPAL é um órgão das Nações Unidas, constituído para pesquisar, estudar e desenvolver a economia da América Latina.

Podemos dizer que de 1930 a 1990, a visão do rural como atrasado sobreviveu fortemente, convencendo números cada vez maiores de pesquisadores, que o viam como entrave para o desenvolvimento econômico do país, mesmo que os investimentos no agronegócio tenham aumentado vertiginosamente³³. Entretanto, a visão acerca do rural foi se modificando e cada vez mais há pesquisas que não só o incluem como parte importante do desenvolvimento de um país, como o coloca como parte primordial para um desenvolvimento social equânime.

O espaço rural não pode ser definido única e exclusivamente pelo nível de atividade agrícola que apresenta e nem mesmo ser um espaço que abdicaria de abrigar espaços de lazer e outras formas de trabalho. O rural é um conceito em transformação e, de acordo com Pratt (1996), “é um conceito que se recusa a ‘deitar e morrer’”. Ainda segundo a perspectiva de Pratt, quando um conceito ainda não “desapareceu” significa que há grande pertinência em explorá-lo, investigá-lo melhor, significa que a relevância ainda é latente, principalmente em sociedades que buscam um modelo integrador de desenvolvimento (PRATT *apud* STROPASOLAS, 2002, p. 24).

Autoras como Menasche e Wedig (2009) mostram a mudança do rural como “o lugar do bem viver”. E é a partir dessa afirmativa e da percepção das autoras sobre os estudos sobre juventude que podemos analisar como o “rural” voltou à tona nas pesquisas acadêmicas, com ressignificações em sua conceituação. Dessa forma, considerando o “ressurgimento” da temática, podemos começar a visualizar os debates acerca dos impactos que isso pode ter para a temática da juventude rural.

O consenso acerca das diferenças existentes entre as condições de vida dos moradores de áreas rurais e centros urbanos vem se modificando ao longo dos anos, algo que pode explicar o interesse pela busca do “bem viver”, invertendo a lógica do êxodo rural, mas que não pode ser considerado, ainda, uma reversão na mesma proporção. Entretanto, há de se verificar, grosso modo, algo que indique um rumo à

paridade econômica e social, o que pode ser uma resultante da expansão das cidades, o que faz com que o rural não seja mais um território isolado, ou seja, as pessoas rurais começam a ter mais acesso a serviços e aumento nos níveis de renda – características essas verificadas sempre em centros urbanos mais desenvolvidos – que pode sim, futuramente, ocasionar uma espécie de “uniformização dos modos de vida. (STROPASOLAS, 2002, p. 48)

³³ <https://www.cepea.esalq.usp.br/br/opiniao-cepea/o-crescimento-do-agronegocio-realmente-tem-se-refletido-em-maior-renda-para-agentes-do-setor.aspx>

Weisheimer (2013) salienta o retorno das discussões sobre a temática rural e como o êxodo rural registrado de 2005 a 2010 fez trazer novamente o interesse nas investigações sobre suas causas e também a preocupação com o desenvolvimento rural concomitante com o dos centros urbanos-industriais. De acordo com Carneiro (1997), “fica cada vez mais difícil delimitar fronteiras claras entre as cidades e os pequenos vilarejos ou arraiais a partir de uma classificação sistemática em atividades econômicas ou mesmo em hábitos culturais”. Assim sendo, acreditamos que o espaço rural ainda atrairá muita atenção de pesquisadores comprometidos com sua compreensão.

Esse conjunto de reflexões nos leva a pensar a ruralidade como um processo dinâmico de constante reestruturação dos elementos da cultura local com base na incorporação de novos valores, hábitos e técnicas. A noção de localidade não define, de forma alguma, a natureza rural ou urbana do grupo ou das práticas e relações sociais que ele desenvolve. (CARNEIRO, 1997, p. 7).

Um contraponto a essa nova visualização e conceituação do que seria o rural é a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, que realiza uma classificação do rural que reforça esse lugar de subalternidade, refletindo na imagem dos indivíduos e territórios. Wanderley (2001) mostra que o IBGE precisa repensar a forma de abordagem acerca do rural, principalmente porque mantém a imagem do rural como um território relegado à pobreza e carente de acesso a serviços e às políticas públicas.

A partir do momento da comparação entre dois ambientes distintos, a percepção acerca de uma substância do ambiente rural não faz mais sentido, pois a percepção pulverizada passa a ser a vontade inescapável de que o ambiente rural se urbanize. E as justificativas, além de baseadas em pesquisas que não estão à altura de captar a essência de um território, perpassam pela disponibilização de políticas públicas que seriam mais acessíveis, se a urbanização for um objetivo: “toda iniciativa que tenha como objeto a promoção do desenvolvimento rural será, ‘registrada’ como ‘urbana’, reforçando ainda mais o hiato construído entre o campo e a cidade” (STROPASOLAS, 2002, p. 23).

Segundo Bourdieu (1977), os conflitos que ainda existem e são expressos em diferentes visões que pulverizam a dicotomia entre o urbano e o rural buscam somente ter o controle irrestrito sobre os espaços de decisões e implementação de políticas públicas. É a explicitação das relações sociais entre territórios dominantes e consolidados na estrutura social e no espaço que brigam para ter acesso aos direitos básicos e modificar o ideário do senso comum. Esse tipo de embate pode causar impacto destrutivo na visão da juventude acerca dos territórios rurais.

Ainda para Bourdieu, consolidar conceitos dicotômicos é um desserviço para a representação mais realista do tecido social, que se esgarça com construções que aprofundam a desigualdade.

Na contramão da cristalização dos conceitos que seguem renegando a importância do rural para o desenvolvimento do país, um antigo estudo da CEPAL (DURSTON,1998) mostra que os jovens rurais são portadores e garantidores da sustentabilidade necessária para o desenvolvimento. E isso pode ser observado por projetos de desenvolvimento local que descentraliza os investimentos e torna a juventude o público-alvo de ações de longo prazo, dotando-a da potencialidade necessária para tornar esse desenvolvimento efetivo (CEPAL *apud* STROPASOLAS, 2002, p.3).

É justamente para combater a invisibilidade da juventude rural que se torna importante contrapor o olhar baseado na juventude urbana e, principalmente, projetar o urbano no meio rural. Castro (2008) nos apresenta que o jovem rural está muito longe do isolamento imaginado pelas pessoas dos territórios urbanos, sendo multifacetado quanto a sua identidade, podendo se apresentar como trabalhador, pequeno produtor familiar, estudante etc. Carneiro (2005) nos diz que além da multidimensionalidade apresentada pela construção da identidade de juventude rural, sua conceituação aponta para uma grande dificuldade, pois “esta é uma categoria socialmente construída, que se caracteriza pela transitoriedade. Outro ponto limitador está pautado na imprecisão do que se entende por rural, num contexto de intensificação dos universos do campo e da cidade”. (CARNEIRO, 2005, p. 245 *apud* KUHN, 2017, p.89)

É nesse contexto, de dar visibilidade, que a juventude rural se torna central para esta pesquisa. Houve aumento nos estudos que enfocam a juventude rural, como apresenta Castro (2009). Entretanto, ainda é um grupo pouco conhecido, tendo um grande abismo entre o que se sabe sobre a juventude urbana e o que se sabe sobre os jovens residentes em territórios rurais. Como são considerados uma minoria (CASTRO, 2009) – o IBGE mostra que os jovens compõem aproximadamente 27% da população rural (2010) – os estudos não focam, por exemplo, as dinâmicas e práticas sociais além do mundo do trabalho agrícola, ainda com a visão do rural como um centro de produção.

Os jovens são atores sociais que podem pensar a mudança no espaço rural, principalmente pela sua capacidade de ressignificar o conceito de ruralidade, construindo práticas cotidianas que subvertem a lógica imposta (STROPASOLAS, 2002, p. 25). A iniciativa advinda do setor jovem de uma sociedade de territórios rurais pode contribuir para descortinar

as hierarquias sociais existentes, podendo o jovem ser reconhecido como agente de transformação, como Stropasolas afirma:

Pode-se ir além e visualizar as heterogeneidades e desigualdades verificadas nas condições sociais e econômicas dos diversos “rurais” existentes no Brasil; basta projetar o foco analítico comparativo ou mesmo fazer diferentes estudos de caso. Estas discrepâncias, diga-se de passagem, são constantemente alimentadas pelos grupos hegemônicos, para que se mantenham. Avançando um pouco mais, poder-se-iam alcançar e colocar em relevo as hierarquias sociais e culturais presentes no âmago dos grupos sociais rurais, particularmente na agricultura familiar, em que as relações de gênero e geração são fontes permanentes de conflito e exclusão. (STROPASOLAS, 2002, p. 51)

2.4. Comprar e “consumir” como práticas sociais

Por que quando pensamos em consumo, logo o associamos diretamente com o ato de “comprar”? Uma das explicações está no fato de que, nas sociedades modernas, grande parte do que consumimos e usufruímos é adquirido através da compra no mercado. A compra é, inclusive, estimulada como forma de fazer girar a economia e aumentar a produção. No entanto, seguindo a crítica ao economicismo apresentada anteriormente, é necessário aprofundar e desconstruir seus conceitos consolidados.

Autores como Daniel Miller e Alan Warde se dedicam a desvincular a prática de compra como associada a compra de bens supérfluos e conspícuos, enfatizando, ao contrário, a compra cotidiana de bens necessários à reprodução física e social de indivíduos e famílias. Comprar, aqui, significa o ato de adquirir um bem (ou serviço), trocando dinheiro por alguma coisa. Na visão das Ciências Econômicas, assim como na das ciências naturais, uma ação leva a uma reação, ou seja, a compra tem sua equivalência na venda: o comprador adquire algo e o vendedor cede a sua propriedade em troca de possuir um ativo de troca universal, o dinheiro. A equalização é realizada quando um valor monetário encontra outro na forma de mercadoria, e a transação comercial é finalizada.

Note que, até aqui, mostramos o contrato social realizado em transações comerciais, no âmbito do mercado. Tais trocas são fundamentais para que o mercado continue funcionando. O ofertante (nesse caso, o vendedor) é um agente do mercado. Em sua ausência, teríamos falhas no mercado e a demanda não seria realizada na equação da lei geral da economia.

Quando problematizamos conceitos que parecem esgotados, precisamos ter o cuidado de não cair em algum tipo de negacionismo ou revisionismo vulgar, originado da discordância da formulação desses mesmos conceitos. É necessário cuidado com a averiguação, com a pesquisa e com novas formulações, mas sem deixar de apontar, por um lado, o véu que assegura a continuidade do pensamento dominante e, por outro, caminhos para formulações mais completas e abrangentes.

No livro “A teoria das compras”, Miller (2002) analisa a prática cotidiana de comprar coisas para abastecer a casa e a família, principalmente em supermercados, como uma das diversas formas de consumo, evidenciado que as compras cotidianas têm motivações que transcendem a simples aquisição de produtos que cumprirão uma função utilitária. Ao contrário, as compras têm um caráter afetivo e reflete aspectos culturais, emocionais e religiosos do consumo. Para o autor, o ato de comprar não é simplesmente trocar um produto por dinheiro, mas sim proporcionar vínculos afetivos entre os indivíduos. Assim, a compra se fundamenta nos atos de amor, não no sentido do amor romântico, mas no sentido de responsabilidade sobre aqueles que amamos (MILLER, 2002).

A partir de uma etnografia das compras, o autor observa diversas pessoas em suas práticas mundanas invisibilizadas: uma dona de casa vai ao supermercado fazer compras para sua família, um casal de namorados em início de relacionamento e uma mulher que mora sozinha, entre outros “personagens”.

No primeiro caso, vemos uma pessoa preocupada com a situação difícil vivida por seu companheiro que, durante algum tempo ficou desempregado e isso influenciou significativamente na nutrição da família. O marido era o responsável pela renda direta da casa e isso tem influência nos gêneros alimentícios comprados no supermercado. A sua esposa (a responsável pelas compras) sempre pensa no bem-estar de sua família e viu, nessa situação de desemprego, uma forma de tentar fazer o marido e os filhos comerem mais verduras e legumes (algo mais saudável) ao invés da ingestão de proteína oriunda da carne, antes consumida mais vezes durante a semana. Podemos adiantar que não foi exitosa nessa empreitada, mas isso não a fez desistir de tentar trocar *fast foods* por comidas mais saudáveis. Miller observa que sua relação com as compras vai além da pessoa responsável pela renda doméstica e isso fica evidenciado na relação das crianças com o supermercado. Essa senhora quase sempre faz suas compras de forma solitária, mas sempre com a consciência de tentar agradar o máximo possível seu marido e filhos, aliando os agrados à saúde. Mas isso não a impede de, vez ou outra, comprar coisas que não necessariamente “fazem bem” à saúde das crianças, e é nisso que

precisamos focar: as compras como forma de agradar as pessoas que amamos, que Miller vai se referir a partir da categoria “presentinho”.

Observando um casal de namorados que iniciando recentemente sua relação amorosa, Miller mostra que, além do fim último de comprar alimentos, as compras refletem a forma como cada um pretende se apresentar ao outro. Explico. Como o casal se encontra no início de um relacionamento, suas compras buscam refletir aquilo que cada um gostaria de mostrar ao outro, muitas vezes reprimindo a compra de itens que comprariam se estivessem sozinhos. O que se observa aqui é como as compras podem refletir a construção de uma identidade individual, mas também a construção de uma futura identidade de casal. Miller observou diálogos subliminares que somente pesquisadores atentos conseguiriam observar, como é o caso de tentar se mostrar mais saudável ou mais preocupado com o meio ambiente para tentar agradar ou ser admirado pela pessoa que está na outra ponta do relacionamento. Obviamente não estamos (e nem mesmo o autor pretende isso) fechando questão sobre como as compras são definitivamente realizadas e nem que o ato de comprar em si seja imutável, mas é interessante ver essa fase de desenvolvimento das compras coletivas. E onde a questão etária é influente na forma como as compras se caracterizam? Bom, a mulher, por ser mais velha e com emprego melhor, teria de abrir ainda mais concessões, dependendo de como pretende se apresentar ao namorado: pode continuar a comprar coisas mais caras ou simplesmente optar por adquirir coisas mais baratas, mas ainda em consonância com as preferências individuais de seu parceiro.

No caso dos idosos, Miller vê as compras como um ato de amor, simbolizado pela solidariedade nas compras coletivas, nas compras para pessoas com dificuldades em se deslocar pelas ruas etc. Nesses casos, as compras muitas vezes não são pessoais, mas destinadas à gentileza de realizar essa tarefa para outrem. E isso não necessariamente deve ser ligado à solidão das pessoas nessa idade, mas sim à solidariedade – através das compras – e com o “se sentir útil”. Além da solicitude, Miller observa que há também uma característica peculiar aos idosos: a poupança, ou o planejamento de uma compra futura, muitas vezes dedicada a algum presente para um membro da família, principalmente os netos. Sim, pelo menos no caso da pesquisa de Miller, o ato de guardar parte da sua renda para consumo futuro é bem mais comum do que se imagina. E a explicação gira em torno das práticas já consolidadas de compras individuais de gêneros alimentícios costumeiros e também com o sentimento de “inutilidade” de comprar algo para decorar suas casas, principalmente pela “impossibilidade” de nutrir novos relacionamentos amorosos futuros.

O que podemos ver como padrão nesses três casos são os atos de amor envolvidos nas compras, seja para a família, para a construção de um novo relacionamento ou para a coletividade – e também a dedicação pessoal, normalmente representada no que Miller chama de “presentinho”, algo que “escorrega” para o carrinho e que não constava inicialmente na lista de compras, mas é comprado como demonstração de afeto para com algum membro da família. A possibilidade de ser observado por outras pessoas também reflete nas práticas de compra. Daí advém a necessidade de observar como funcionam as práticas sociais.

2.4.1. Teoria das Práticas

A vida social provoca inquietudes nos pesquisadores das ciências humanas, principalmente pela sua constante mutabilidade. A forma como os indivíduos se comportam em sociedade, como constroem interações entre eles, seus hábitos e costumes, a importância dada às coisas, tudo isso é fonte inesgotável para aqueles que querem pesquisar a dinâmica social. É justamente com o intuito de averiguar a dinâmica social que trazemos aqui a teoria das práticas sociais.

Muitos autores se dedicam à compreensão das dinâmicas sociais e muitos vertem sua pesquisa para analisar as práticas sociais. O principal objetivo é observar o comportamento dos indivíduos, e isso gera algumas discordâncias acerca do que pode ser considerado como *prática*. Na abordagem da Teoria das Práticas, utilizaremos a visão de três autores: Pierre Bourdieu e Anthony Giddens, da primeira geração de teóricos das práticas, e Alan Warde, pertencente à segunda.

Para iniciarmos a discussão acerca da abordagem de Bourdieu sobre a teoria das práticas, podemos recuperar a noção de prática formulada por Karl Marx nas “Teses sobre Feuerbach” (MARX, 2000), que mostra que a vida social, toda ela, é essencialmente medida por suas práticas. Trata-se de um esquema teórico que apresenta a forma mais característica da existência social humana. Com essa afirmação, Marx intensifica a observância das práticas oriundas dos modelos duais, como indivíduo/sociedade e sujeito/objeto.

A teoria das práticas consiste em um modelo praxiológico de investigação do mundo social, onde a vida social seria um fluxo ininterrupto de práticas, com processos simultâneos de constituição existentes entre os indivíduos e a sociedade. Dessa forma, o modelo teórico-

metodológico apresentado por Bourdieu (2007) utiliza ferramentas conceituais e explicativas de modelos objetivistas e subjetivistas de investigação, sendo referência para o método de pesquisa construído para capturar a relação histórico-dialética entre as trajetórias práticas dos indivíduos.

Na construção metodológica de Bourdieu, as ferramentas conceituais e explicativas mais úteis, legadas pelos modos objetivista e subjetivista de análise, passam a ser aproveitadas em um quadro de referência novo que toma ambas as maneiras de investigação. Essas maneiras são formas de captura da relação histórico-dialética existente entre as trajetórias biográficas dos indivíduos e sua reprodução histórica, onde as estruturas coletivas fazem parte da existência humana, findando na corporificação das práticas – ou *práticas* sociais (PETERS, 2006). Bourdieu, na tentativa de construção de um corpo de hipóteses e conceitos, cria sua teoria em cima do arcabouço do “estruturalismo construtivista”:

Por estruturalismo, ou estruturalista, quero dizer que existem, no próprio mundo social e não apenas nos sistemas simbólicos – linguagem, mito etc. –, estruturas objetivas, independentes da consciência e da vontade dos agentes, as quais são capazes de orientar ou coagir suas práticas e representações. Por construtivismo, quero dizer que há, de um lado, uma gênese social dos esquemas de percepção, pensamento e ação que são constitutivos daquilo que chamo de *habitus*. (BOURDIEU, 2004)

A teoria da prática de Bourdieu se torna capaz de compreender as “condutas humanas” se relacionando com as “estruturas objetivadas” e as “estruturas incorporadas”, que abrigará a tentativa de constituição de uma sua teoria que incorpora as *práticas*. Um conceito importante da obra de Bourdieu, e que se faz presente nessa reflexão, é o conceito de *habitus*, que assume aqui a sua forma mais elaborada: a prática é, ao mesmo tempo, necessária e autônoma em relação à situação consideravelmente pontual, justamente por ser tomada como um produto da dialética de um cenário específico e de um hábito (BOURDIEU, 2000, p. 261-2). O conceito de *habitus* contempla os “esquemas de disposição” adquiridos durante o processo de socialização, permitindo às pessoas agirem de forma competente, regular e coerente, sem requerer uma reflexão permanente sobre cada atividade. “A realidade social existe por assim dizer duas vezes, nas coisas e nos cérebros, nos campos e nos *habitus*, no exterior e no interior dos agentes” (WACQUANT; BOURDIEU, 1992, p. 103). Essa afirmativa denota a importância da percepção do *habitus* como um dos principais eixos da teoria que procura investigar a reprodução social e sua lógica em toda ação realizada. O modus operandi da teoria, do princípio gerador das práticas, apresenta uma discussão do desenvolvimento, por exemplo, da noção de “estratégia”, que teria por efeito devolver autonomia às ações dos indivíduos dentro do universo

de possibilidades situacionais. Nesse sentido, o trabalho do autor contribui para a compreensão da relação prática dos agentes com o mundo.

Como já pudemos ver, a vida social é, com muita frequência, objeto de estudo de pesquisadores preocupados com sua imprevisibilidade, procurando também entender a forma de atuação dos agentes que fazem “a vida acontecer”. E é exatamente na observação da imprevisibilidade da reprodução social que alguns pesquisadores focam suas teorias e encontram maior potência. O estudo das práticas revela o quanto os atores são responsáveis por sua perpetuação ou por suas mudanças. E alguns conceitos são necessários frente à difícil tarefa de “elucidação dos processos concretos da vida real” (GIDDENS, 1984). Dentro dessa lógica do entendimento da dinâmica social, Giddens propõe a Teoria da Estruturação (GIDDENS, 1984), apresentando alguns elementos para tentar elucidar tais questões.

Um dos conceitos fundamentais da Teoria da Estruturação de Giddens, primordial para explicar as práticas humanas, é a rotinização. A rotina – balizadora de tudo que é feito de forma habitual – é o elemento-chave das atividades sociais e sua natureza repetitiva é a base material do “caráter recursivo” da vida social. Há uma relação estreita entre a rotinização e os mecanismos psicológicos que geram o senso de confiança (ou segurança) sustentado pelas atividades cotidianas da vida social. Percebida na consciência prática, a rotinização apresenta uma separação clara entre o conteúdo inconsciente e a reflexão da ação exigida pelos indivíduos (GIDDENS, 1984, p. xxv). A consciência prática, ou seja, quando o agente sabe como age e por que age de determinada maneira, sem apresentar uma expressão discursiva direta, seria um aprendizado que acontece quase sem ser percebido, onde os indivíduos sabem suas condições sociais e as suas formas de ação, sem qualquer barreira repressiva, como ocorre com a inconsciência (GIDDENS, 1984).

As capacidades reflexivas do ator humano estão caracteristicamente envolvidas, de um modo contínuo, no fluxo da conduta cotidiana, nos contextos da atividade social. Mas a reflexividade opera apenas parcialmente num nível discursivo. O que os agentes sabem acerca do que fazem e de por que o fazem – sua cognoscibilidade como agentes – está largamente contido na consciência prática. Esta consiste em todas as coisas que os atores conhecem tacitamente sobre como “continuar” nos contextos da vida social sem serem capazes de lhes dar uma expressão discursiva direta (GIDDENS, 1984, p. xxv).

Giddens afirma, ainda, que existe uma dialética de controle de toda ação social, que seria uma barreira de controle acerca da manipulação dos meios (dos recursos à disposição dos indivíduos) pelos quais os indivíduos podem influenciar o comportamento de seu meio social,

ou seja, de outros indivíduos. Dessa forma, as práticas sociais podem ser percebidas como procedimentos ou métodos para o controle da dinâmica social.

Ao tratar das práticas sociais, Giddens se difere da aceitação do dualismo social/individual, onde a estrutura seria uma força geradora de práticas que engessam a capacidade de mobilização do indivíduo. Outra face da teoria de Giddens sugere o privilégio da intencionalidade e da subjetividade nas práticas sociais. O autor denota, ainda, a importância de sermos sensíveis à observação das complexas habilidades individuais para a coordenação do comportamento rotinizado, especialmente pelo conhecimento dos indivíduos sobre as consequências das suas vidas cotidianas. O conhecimento adquirido não é inteiramente suposto, assim como as consequências dos atos não estão intimamente ligadas às intenções deliberadas, deixando claro que não há uma superestrutura com um plano definidor das ações humanas e nem mesmo algum indivíduo com autonomia completa, plena e consciente. Giddens mostra que os indivíduos têm conhecimentos que podem ou não gerar mudanças, e tudo isso pode ser percebido pelo monitoramento reflexivo. A estrutura é sempre o meio e o fim da conduta que ela pode vir a organizar (GIDDENS, 1984).

Contrapondo-se às formulações de Bourdieu e Giddens, e filiando-se à segunda geração de teóricos da prática, Allan Warde mostra que nos trabalhos posteriores destes dois autores a reflexão sobre as práticas sociais acaba secundarizada. Bourdieu, por exemplo, prioriza o conceito de “campos” e de “capital” e, com isso, acaba reduzindo as práticas a uma disputa por capitais nos diferentes campos. Giddens, por outro lado, passa a atribuir mais importância às condutas sociais reflexivamente monitoradas e, assim, pretere a ideia de práticas rotinizadas (GIDDENS, 1997).

A teoria das práticas de Warde dá preferência aos fazeres e dizeres, levando em conta as coisas e tecnologias envolvidas nos mesmos. Assim, a segunda geração da teoria das práticas dá preferência às rotinas sobre as ações reflexivas; às disposições sobre as decisões; à consciência prática sobre a deliberação; ao fazer sobre o pensar; ao material sobre o simbólico; à competência prática incorporada sobre a expressividade e a apresentação do *self*. A resultante da análise das práticas é o entendimento da ordem social, seja em nível micro (individual) ou macro (sociedade).

Warde faz uma distinção importante para a compreensão da sua versão da teoria das práticas: distingue *prática* de *práticas*. Em sua forma singular, nos remete à práxis, onde a teoria encontra a ação. Em sua forma plural, refere-se a comportamentos rotinizados, conectando

elementos por meio de nexos³⁴. Dessa forma, as práticas incluem os fazeres, os discursos e suas representações (SCHATZKI, 1996 apud WARDE, 2005).

Dentro da teorização de Warde sobre práticas, duas noções são centrais: a noção de entidade coordenada e a noção de desempenho. A noção de entidade coordenada compreende os nexos existentes entre os fazeres e os dizeres. E a noção de desempenho compreende o multidimensionamento de ações simples e constantes que são reproduzidas nas práticas.

As práticas são ações sociais rotinizadas. Através da observação dessas práticas, é possível compreender o movimento dos corpos e a forma como os indivíduos manuseiam as coisas para desempenharem suas práticas. Dessa forma, vemos aqui mais uma crítica de Warde com relação às teorizações anteriores (de Bourdieu e Giddens), pois considera tautológico falar nas práticas como *práticas sociais*, visto que as mesmas envolvem sempre interações sociais (WARDE, 2005).

Como pudemos observar, as práticas podem ajudar a entender por que as pessoas fazem o que fazem da maneira como fazem. Como são constituídos de interações sociais, os indivíduos também seguem regras de aprendizado coletivo, construindo suas competências e habilidades. Assim sendo, as práticas são um elemento importante na formação de suas condutas.

Uma das principais contribuições das teorias das práticas é evidenciar que as mudanças de comportamento são uma combinação entre reprodução e inovação social (CASTAÑEDA, 2010). A reprodução social pode ser encontrada nas codificações formais e informais, e é governada pelas condutas, sem que os indivíduos tenham plena ciência do que está constantemente ocorrendo. Mas essa aparente “passividade” dos indivíduos reflete necessariamente uma inércia? A ênfase em processos como os hábitos, rotinas e a consciência prática nos leva a refletir sobre tal questão, mas não considera essa “passividade” como sendo a totalidade para o entendimento das práticas. Na verdade, não há passividade total nem consciência plena (WARDE, 2005).

As práticas podem apresentar desempenhos diferenciados se os elementos que compõem os nexos são encontrados diferentemente entre os indivíduos (WARDE, 2005). Assim, os desempenhos são observados de acordo com os entendimentos, convenções e aspirações, unidos em práticas desempenhadas de forma satisfatória. Ou seja, as práticas

³⁴ Os nexos são as ligações registradas entre diferentes práticas, ou seja, “os entendimentos sobre o que dizer e fazer; os procedimentos explicitados por meio de regras, princípios, preceitos e instruções; e os engajamentos em estruturas teleológico-afetivas que compreendem fins, projetos, questões, propósitos, crenças, emoções e ânimos” (CASTAÑEDA, 2010).

influenciam e são influenciadas pelas inovações sociais, principalmente pela dinâmica apresentada nas interações individuais e coletivas.

Dentro da ótica das teorias das práticas, o consumo e a cultura material podem ser interpretados como processos constituintes dos indivíduos, que os “transformam” em consumidores, pela constituição de suas práticas e, assim, se engajam em atos de apropriação e apreciação de bens e serviços (CASTAÑEDA, 2010). Dessa forma, o consumo não pode ser considerado uma prática dispersa³⁵, porque não ocorre sempre no mesmo lugar, no mesmo tempo-espaço, e sem reflexão e consciência plena, mas também não atua de maneira a transformar o indivíduo em um agente de passividade, ou seja, o consumo é mais bem investigado sob a lupa das práticas integrativas³⁶.

Uma análise dos fenômenos do consumo à luz das teorias das práticas envolve noções não instrumentalizadas de conduta que observam as regras da rotina, da emoção, do materialismo e do desejo. Muitas práticas estão envolvidas no consumo, que, portanto, não pode ter uma definição restrita, considerando apenas a troca nos mercados. Com isso, Warde (2005, p. 137) entende que o “consumo não é uma prática, mas um momento em praticamente todas as práticas”. (CASTAÑEDA, 2010, p. 249).

Com isso, as práticas, na análise de Warde, são os principais elementos para entender o consumo, pois este é o principal recurso do desejo, da vontade, do conhecimento e do julgamento, construindo e sendo construído pelos hábitos. Por isso, qualquer mudança nas práticas – por menor que seja – tem reflexo significativo nas formas de consumo, na busca por coisas e na sua manipulação.

2.5. As Práticas de Consumo

Até aqui demos destaque à distinção entre compra e consumo, deixando clara a intenção de indicar que o consumo está relacionado, por um lado, ao “esgotamento” e à utilização das coisas e, por outro, à realização. A compra, por sua vez, está relacionada à aquisição de bens

³⁵ As práticas dispersas correspondem à capacidade dos atores de seguir regras, descrevendo-as, explicando-as e imaginando-as. As práticas dispersas são ligadas umas às outras a partir do entendimento de como realizar, reconhecer, identificar e responder a determinadas ações. O conhecimento de como realizar uma dada ação está na própria capacidade de saber como realizá-la. Para o desempenho de uma prática dispersa não são necessárias regras explícitas. O entendimento de como desempenhar esta ação é apreendido na própria ação. O conhecimento de como realiza-la é aprendido na execução da prática.

³⁶ As práticas integrativas são mais complexas e podem ser encontradas em domínios particulares da vida social (cozinhar, plantar, colher etc.). Envolvem regras, princípios, direcionamentos explícitos (mesmo que não sejam escritos) e compartilhados; envolve conhecimento técnico, equipamento apropriado e recursos, os quais ajudam a fixar os procedimentos e regras compartilhados.

no mercado. Consumo, portanto, vai além do terreno das atividades estritamente comerciais, das transações e trocas no mercado, onde o dinheiro é o intermediador.

Para não ter de voltar ao debate moral envolvendo as trocas e o consumo, abordado anteriormente, precisamos explicitar que nos referimos aos bens, objetos, produtos e mercadorias como *coisas*³⁷. Essa diferenciação se faz premente, principalmente, pelo debate envolto nas ciências que analisam as transações comerciais – e cada uma utiliza o viés balizador de suas teorias – e em como cada qual lida com a sociabilidade.

Appadurai, em “A vida social das coisas” (2008), tece um debate acerca do que diversos autores definem como sociabilidade, e aponta as principais reflexões sobre este conceito. Para o autor, na reflexão oriunda do pensamento marxista, a sociabilidade se dá em torno da mercadoria, pois considera que esta é socializável e socializada, sendo quase um consenso teórico. A mercadoria é um produto destinado à troca, sob condições institucionais, psicológicas e econômicas, e todas essas esferas são envoltas na composição do sistema capitalista. Definições menos puristas, contudo, veem as mercadorias como bens destinados à troca, não necessariamente sendo essa troca perpetrada e formalizada. Por fim, definições *frouxas*, tomam a mercadoria como equivalente à dádiva. Interessa-nos, na abordagem de Appadurai, sua crítica à fetichização das mercadorias, sendo ela tecida sob a possibilidade de análise acerca do vínculo – criado e/ou existente – entre indivíduos e coisas.

Appadurai admite que “analisar as coisas sob a perspectiva das mercadorias constitui um ponto de partida de grande utilidade para o interesse na cultura material”. Este tipo de análise foi renovado a partir da orientação semiótica, encontrando um reforço na conceituação de Miller (1987) acerca da manipulação das coisas.

As coisas em geral são objeto de interesse para diversos estudos antropológicos e constituem tanto um interesse básico quanto um último recurso dos arqueólogos. As conclusões tiradas da análise da cultura material de sociedades extintas são o que une ambos os profissionais para analisar a cultura de uma sociedade. Entretanto, sob a ótica da cultura material, a inclusão de conceitos oriundos das ciências econômicas é necessária, pois nos dá o instrumental para aglutinar as dinâmicas de troca e o lugar de destaque em que se encontram os

³⁷ Não por acaso, nesse trabalho, os termos referentes às “coisas” são utilizados de acordo com o diálogo entre as ciências que os abordam: bens e mercadorias, para as ciências econômicas; objetos, em diálogo com a sociologia e; coisas, para o debate antropológico.

objetos. E no que tange às dinâmicas de troca, devemos incluir também aquelas registradas no mercado (APPADURAI, 2008, p. 17).

Um exemplo que personifica a necessidade de uma visão conjunta entre antropologia e economia é a conceituação de autores como Douglas & Isherwood (2009), Sahlins (1976) e Tambiah (1985), que, embora com ângulos diferentes da abordagem que pretendemos aqui para os estudos da cultura material da juventude rural, não podem ser dispensadas, principalmente pelo trato dado às tentativas de restituir a dimensão cultural de sociedades descritas como “economias”. Para Appadurai (2008, p.26),

parte das dificuldades que se encontram nas análises interculturais de mercadorias, como também de outros domínios da vida social, reside no fato de a antropologia ser demasiado dualista: “nós e eles”; “materialista e religioso”; “objetificação de pessoas” *versus* “personificação de coisas”; “troca comercial” *versus* “reciprocidades”; e assim por diante. Estas oposições são caricaturas de ambos os polos e reduzem as diversidades humanas de um modo artificial. Um sintoma deste problema tem sido uma concepção demasiado positivista da mercadoria como um determinado *tipo* de coisa e, portanto, restringindo, assim, o debate à questão de decidir de *qual tipo* de coisa se trata. Mas, quando se tenta compreender o que é específico à troca de mercadorias, não faz sentido distingui-la radicalmente da permuta e da troca de presentes.

Simmel (2004) sugere que há de se considerar o aspecto calculista existente nas relações de troca, independente se as formas são variáveis e o quão intensas essas formas podem se apresentar. Principalmente quando há sociabilidade envolvendo as formas de troca, o que leva a caracterizar essas trocas através de modos comparativos e processuais (APPADURAI, 2008, p.27).

Nos debates que cercam os estudos do consumo, a “mercadoria” seria qualquer coisa destinada à troca, o que simplifica a preocupação com significados que permeiam o “produto”, a “produção”, os “artefatos” e os “objetos”. Entretanto, vemos que o próprio termo mercadoria é carregado de significados que nos remete às análises economicistas do sistema capitalista e da produção como central. Mas o que, exatamente, seria a “mercadoria”?

Na ótica econômica estabelecida por Marx, a mercadoria é uma construção em cima do valor gerado por essas mercadorias – oriunda de trabalho e somente gerado por ele, com ênfase em como esse valor é usurpado pelos detentores dos meios de produção, que extraem a *mais-valia* da exploração da mão-de-obra para a geração desse valor (não há aqui nenhuma crítica à visão do funcionamento da sociedade capitalista, mas à forma como o autor aborda a *mercadoria*).

Em geral, as abordagens acerca das mercadorias se concentram no potencial mercantil de toda e qualquer coisa, ao invés de olhar em direção às relações sociais estabelecidas entre pessoas e coisas. Isso significa que há um rompimento com a visão centrada na produção, analisando também a trajetória das coisas na vida social, que passa pela produção, mas passa também pela troca e distribuição até o consumo propriamente dito. A troca, para Appadurai (1984, p. 16), “não é um subproduto da valoração mútua de objetos, mas sua fonte”.

Partimos do ponto em que as mercadorias são definidas como objetos com valor econômico. Simmel (2004) mostrou que o valor jamais poderia ser algo inerente aos objetos, mas sim a síntese dos indivíduos sobre os mesmos. Parece um pouco confuso, mas Simmel diz que, para entender a concepção de valor, precisamos entender que “essa subjetividade é apenas provisória e, com efeito, não muito essencial” (SIMMEL, 2004 *apud* APPADURAI, 2008, p.15). Temos aqui uma abordagem que afirma que o valor não está imbricado na simples existência da mercadoria, mas é adquirido através de sua circulação e esse valor é concretizado quando há troca. Ou seja, o foco não é a mercadoria, mas sim as formas e funções das trocas. Trabalha-se aqui com a ideia de que as mercadorias, assim como as pessoas, possuem uma vida social e uma biografia.

O objeto econômico não possui valor pelo fato de que há uma busca por ele. Na verdade, é a troca que estabelece parâmetros de utilidade e escassez, e não o contrário. Simmel ainda trabalha com o conceito de *sacrifício* – que a economia trata como custo de oportunidade: “A dificuldade de aquisição, o sacrifício oferecido em troca, é o único elemento constitutivo do valor, de que a escassez é tão-somente a manifestação externa, sua objetificação sob a forma de quantidade” (SIMMEL, 2004, p. 100).

Para quantificarmos o valor econômico existente em uma mercadoria, precisamos entender o quanto estaríamos dispostos a sacrificar para obter essa mesma mercadoria, ou seja, a troca por meio de sacrifícios seria a forma social específica da economia, e o sacrifício consistiria “não apenas em trocar valores, mas na troca de valores” (SIMMEL, 2004 *apud* APPADURAI, 2008, p. 16). Appadurai ainda evidencia que o desejo de alguém por um objeto, “é satisfeito pelo sacrifício de um outro objeto, que é o foco do desejo de outrem” (APPADURAI, 2008, p.16).

Assim, embora de um ponto de vista teórico atores humanos codifiquem as coisas por meio de significações, de um ponto de vista metodológico são as coisas em movimento que elucidam seu contexto humano e social. Nenhuma análise das coisas (seja o analista um economista, um historiador ou um antropólogo) é capaz de evitar

por completo o que pode ser denominado fetichismo metodológico. (APPADURAI, 2008, p. 17)

É importante termos em mente os conceitos utilizados e a separação da conceituação acerca da mercadoria. É importante demarcar que essa separação é única e exclusivamente relativa à aproximação que “mercadoria” possui para a explicação neoclássica e marginalista – ambas escolas do pensamento econômico que utilizam a palavra para se referenciar a uma subclasse de bens primários. Desloca-se do pensamento marxista e de seus contemporâneos economistas políticos, mas não consegue agregar todo o debate que apontamos e nem consegue abarcar seus significados.

No pensamento economicista, e até no senso comum, as mercadorias são um tipo especial de bens manufaturados – incluem-se aqui os produtos oriundos dos setores de serviços – associados exclusivamente ao modo de produção capitalista. No entanto, é bom lembrar que

a mercadoria não é uma invenção do modo de produção burguês, mas se manifestava em datas antigas da história, embora não de um modo tão predominante e característico como nos dias de hoje. (MARX, 2018, p. 86)

Marcel Mauss (1974) já nos alertava para o cuidado que precisamos ter – e aqui, principalmente na análise das práticas de consumo – para não nos abstermos de refletir sobre certos aspectos de sociedades históricas, onde as coisas já não estavam dissociadas da agência (individual ou coletiva) e da comunicação.

Mesmo que nossa abordagem das coisas esteja necessariamente condicionada pela ideia de que coisas não têm significados afora os que lhes conferem as transações, atribuições e motivações humanas, o problema, do ponto de vista antropológico, é que esta verdade formal não lança qualquer luz sobre a circulação das coisas no mundo concreto e histórico. Para isso, temos de seguir as coisas em si mesmas, pois seus significados estão inscritos em suas formas, seus usos, suas trajetórias. Somente pela análise destas trajetórias podemos interpretar as transações e os cálculos humanos que dão vida às coisas. (APPADURAI, 1984, p. 17)

2.5.1. O Acesso ao “Círculo de Trocas”

Quando pensamos nas esferas de consumo, pensamos logo nos mercados e nas trocas ali realizadas. As trocas – principalmente as que envolvem dinheiro – são confundidas comumente com o consumo, medido pelo poder de compra do indivíduo. Mas essas trocas só são possíveis porque a sociedade estabelece, através das necessidades individuais, mecanismos

de obtenção de coisas através da disposição de outras tantas coisas. Isso nos remete à noção inicial do que seria um “círculo de trocas”. E para falar de círculos de trocas, é importante lembrar que há vários círculos de troca que não estão referenciados no mercado e que todos envolvem interações humanas. Isso salienta a importância do foco de análise adotado aqui, que não mais considera as *mercadorias* como o centro de um debate simples.

Malinowski (2018) foi o primeiro autor a identificar e documentar um círculo de trocas que não envolvia dinheiro e era consolidado por significados sociais característicos que denotavam importância e credibilidade para aqueles que dele participavam. O *kula* – aquele famoso sistema de trocas translocal descrito pelo autor – era um círculo pré-industrial, não monetizado, complexo e que apresentava circulação de tipos particulares de objetos de valor. Era uma forma de troca onde os habitantes do arquipélago de Massim, ao longo da costa da extremidade leste da Nova Guiné, estabeleciam dinâmicas sociais que contribuíam para o funcionamento daquela sociedade.

Assim, vemos que as coisas são carregadoras de significados sociais, o que nos leva a abandonar a ideia de que são apenas intermediadoras de relações. O consumo pode ser considerado um dos pontos centrais de qualquer cultura, pois as coisas lhe conferem forma e o acesso aos círculos de trocas de bens define seus padrões e suas práticas. No entanto, é preciso falar do impedimento de acesso de indivíduos aos círculos de trocas (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009).

Além da troca de mercadorias no mercado, Appadurai (2008) analisa outras formas de troca, como a permuta e a doação de presentes. A permuta é a troca mútua de objetos, sem alusão a qualquer balizador monetário, como o dinheiro, reduzindo ao máximo não só os custos sociais dos atores envolvidos, mas também os custos culturais, políticos e pessoais (APPADURAI, 1986, p. 23). A redução dos custos é o critério que distingue a permuta da troca de mercadorias, no sentido marxista, e essa última parece ser a forma em que a circulação de coisas mais se distancia de normas sociais, políticas e/ou culturais instituídas.

Acerca da troca de presentes, Appadurai concorda com a análise de Bourdieu, principalmente quando este último ressalta a dinâmica temporal do ato de presentear, que faz parecer que não se espera a retribuição, capturando uma imagem perspicaz do espírito comum subjacente à troca:

Se é verdade que o intervalo de tempo interposto é o que possibilita ao dom ou ao contra-dom ser visto e experimentado como um ato inaugural de generosidade, sem qualquer passado ou futuro, quer dizer, sem cálculo, então fica claro que, ao reduzir o politético ao monotético, o objetivismo aniquila a especificidade de todas as práticas

que, como a troca de presentes, tendem a, ou pretendem, colocar a lei do interesse próprio em suspenso. Por dissimular, estendendo no tempo, a transação que o contrato racional condensa em um instante, a troca de dons é, senão o único modo de circulação de mercadorias a ser praticado, ao menos o único modo plenamente reconhecido, em sociedades que, como coloca Lukács, negam “o verdadeiro solo de suas vidas”, e que, como se não quisessem e não pudessem conferir às realidades econômicas seu sentido puramente econômico, têm uma economia em si e não para si. (BOURDIEU, 1977, p.171)

Miller (2002) ressalta outro aspecto que tange a troca de presentes. Em sua reflexão, fica evidente que, neste tipo de troca, o aspecto mais importante é o que tange a empatia, ou seja, a preocupação com o outro, um sentimento legitimado pelo amor em presentear. Mas o autor cita, não apenas o dar presentes a outros indivíduos, mas também o dar-se presentes (MILLER, 2002):

Quase todas as idas às compras importantes incorporam tanto o conceito quanto à prática de “dar-se um presente”. Embora o dar-se um presente possa compreender coisas muito diversas, na maior parte dos casos ele é um elemento das compras dirigido a um determinado indivíduo, e, por isso, tem o caráter de exceção em relação ao restante das compras, compreendidas como em benefício ao lar como um todo. Além do mais, o dar-se um presente costuma ser visto como extravagância que transcende os limites da necessidade, do poupar ou da moderação, que acompanha a maior parte do abastecimento rotineiro. O que pretendo defender é que o dar-se presente por si só define todo o resto das compras, em relação ao comprador, como compras não-realizadas com o intuito de se dar um presente, ou seja, como direcionadas à necessidade, à moderação, e em benefício de uma entidade mais ampla. (MILLER, 2002, p. 37)

O tratamento dado à análise da troca de presentes pode ser observado como uma crítica à visão particular quantitativa de circulação de mercadorias como dinâmica social imposta. Ao contrário do que diz Bourdieu, quando sugere que “a prática jamais cessa de obedecer ao cálculo econômico, mesmo quando dá uma impressão de completo desinteresse por escapar à lógica do cálculo interessado e estar norteadas por apostas que são imateriais e dificilmente quantificadas” (BOURDIEU, 1977, p. 177), a lógica adotada por Miller não está interessada na quantificação e nem somente nos aspectos econômicos como o centro das atenções sociais, mas sim, partir das observações das práticas para entender o contexto social subjacente.

2.5.2. Os Significados Sociais das Coisas

O que a forma de se vestir, em lugares tão diferentes quanto a Inglaterra, Trinidad e Tobago ou a Índia, tem em comum? O que as roupas nos dizem sobre as práticas de consumo nesses diferentes países, de diferentes continentes? Será que o modo de escolher como se vestir é uma forma eficaz de se comunicar? E será que essa comunicação está intimamente ligada à nossa essência, reflete nosso “eu” interior? Ao estudar o vestuário, mais precisamente, a forma de se vestir e as escolhas feitas na montagem desse figurino cotidiano, Miller (2013) mostra que a comunicação subliminar para interagir socialmente não é a única função das roupas:

Suponho que possamos argumentar que o sári é mais ou menos funcional que uma saia, mas logo descobrimos que falamos em função de maneira muito vaga (...). Se um sári é melhor para expressar modéstia, esta é uma função? Se uma saia sinaliza distinção de gênero, esta é uma função? Se a maioria das mulheres que consertam estradas e trabalham nos campos da Índia usa sári, isso significa que os sáris são mais funcionais que saias ou calças? (MILLER, 2013, p. 74)

Nas primeiras análises do consumo, especialmente a classificação de Veblen sobre consumo conspícuo, vemos que foi dada grande importância ao *status* que os bens nos propiciariam e ao debate moral envolto na interação entre pessoas e coisas. Ou seja, o consumo foi conceituado com base em sua *função*, que seria, a priori, a forma de posicionamento na hierarquia social, dado o seu dispêndio econômico e seu poder de compra.

Douglas & Isherwood (2009), em seus estudos sobre o consumo e sobre as coisas, nos alertam sobre a importância de analisar como utilizamos os bens, pois eles “são vistos como comunicadores de valores sociais e categorias culturais”. Os autores avançam no debate sobre como devemos analisar o consumo, defendendo a importância de se observar a ótica cultural, pois todas as escolhas de consumo, além de refletirem os julgamentos morais, refletem também valores culturais. Os bens, para os autores, possuem significados sociais e demonstram algo sobre cada indivíduo, como o seu grupo social, sua família e suas relações de amizade em geral.

Ao contrário do foco nos valores utilitários acerca dos bens, Douglas & Isherwood (2009) criticam o utilitarismo por restringir o consumo à racionalidade: os indivíduos não agem sempre racionalmente, não alocam otimamente seus recursos e não são totalmente dotados de informações que influenciariam suas decisões racionais. As decisões, ao contrário, são mutáveis e não se sustentam em um curto prazo, o que denota a não racionalidade onisciente de todo indivíduo. Economicamente falando, na medida em que o indivíduo obtém “maior quantidade

de um bem particular, seu desejo por unidades adicionais desse bem diminui” (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2009, p. 56-57).

Os rituais de compra e consumo seriam a forma que os indivíduos têm para consolidar ou estabelecer – e por consequência, manter – suas relações; compartilhar ou não de tais rituais sociais nos diz algo sobre quem está em consonância ou não com um determinado grupo social. Ou seja, os bens seriam entendidos como um sistema de informação, nos dizendo muito mais do que o simples *status*, pois nos daria a possibilidade de enxergar a personalidade, interesses e gostos de quem os possuem.

Mas, se os nossos costumes sociais e culturais estiverem ligados às funções, o que seria da humanidade em relação a sua diversidade de pensamentos, culturas e práticas? Estaríamos hoje rumando para uma relativa homogeneização social, com variação em uma ou outra diferença nos ambientes? Miller (2013) nos diz que a homogeneização seria sim possível, principalmente se adotássemos a teoria utilitária como basilar para a nossa reprodução social. E isso poderia ser observado fazendo o exercício de aceitar toda generalização feita sobre o comportamento humano e acreditar que costumes, culturas, hábitos e práticas seriam não naturais e impróprias a uma sociedade *evoluída*.

E é justamente nessa linha, na crítica ao evolucionismo social – no que tange à antropologia evolucionista – que Miller nos apresenta a crítica às *funções* esperadas das coisas. Simplesmente porque as diferenças existentes não podem ser explicadas pela observação única e exclusiva de sua função. Na verdade, “nunca houve uma sociedade funcional, e povos tribais ou rústicos provavelmente se preocupavam muito menos com as funções *per se* do que funcionários de escritório ou banqueiros” (MILLER, 2013, p. 74).

A função ainda é nosso equipamento-padrão quando avançamos rumo a qualquer explicação acerca de por que temos o que temos. É o modo como rotulamos bens, desde frigideiras até trajes de banho. Contudo, além de dominar reações familiares com coisas, ela também oferece uma poderosa trajetória do pensamento acadêmico. O adágio ‘a forma segue a função’ ficou famoso no Modernismo e continua a ser um tropo no design e na arquitetura. (MILLER, 2013, p. 70).

Voltando aos questionamentos iniciais (O que a forma de se vestir na Inglaterra, em Trinidad e Tobago ou na Índia tem em comum? O que as roupas nos dizem sobre as práticas de consumo nesses diferentes países? Será que o modo de escolher como se vestir é uma forma eficaz de se comunicar? E será que essa comunicação está intimamente ligada à nossa essência, reflete nosso “eu” interior?), o ponto importante aqui é que não há como interpretar comportamentos de um modo geral, principalmente porque eles são inconscientes. Nosso

comportamento pode ser sugerido por expectativas determinadas, principalmente por tudo que constitui o contexto da ação (MILLER, 2013). A abordagem da cultura material proposta por Miller se dedica a analisar como as coisas fazem as pessoas, chegando à ideia de que indivíduos e coisas fazem um ao outro, o que implica que grande parte do que nos torna seres identificados com nossa natureza, nos dando consciência do nosso corpo, também nos habita e constitui. Appadurai (1986) nos lembra que a vida social das coisas, incluindo aqui suas biografias, construídas através da cultura, não é e não pode ser assunto tratado de forma separada da biografia das pessoas. É justamente essa história social que constrói – coercitivamente – a forma, os significados e a estrutura de curto prazo, mais específicas e particulares.

Ao fazer a biografia de uma coisa, far-se-iam perguntas similares às que se fazem às pessoas: quais são, sociologicamente, as possibilidades biográficas inerentes a esse “status”, e à época e à cultura, e como se concretizam essas possibilidades? De onde vem a coisa, e quem a fabricou? Qual foi a sua carreira até aqui, e qual é a carreira que as pessoas consideram ideal para esse tipo de coisa? (KOPYTOFF 2008 *apud* APPADURAI, 2008, p. 92)

O estudo da cultura material nos ajuda a entender a construção da história social, dos significados, além de entender a forma como os indivíduos manipulam suas coisas. Entendendo a construção da cultura material através do consumo, nós temos agora o instrumental necessário para analisar como a juventude de São Pedro da Serra interage – e no próximo capítulo apresentamos essas categorias – com suas roupas e com a tecnologia disponível, como lidam com desperdícios e com a mobilidade. Nesse caso, observamos como é a interação com o centro de Nova Friburgo.

CAPÍTULO III – A JUVENTUDE DE SÃO PEDRO DA SERRA

No capítulo anterior, apresentamos brevemente os estudos de cultura material, que buscam entender a relação entre os indivíduos e suas coisas – não necessariamente as que já possuem, mas também as que desejam. Pudemos perceber que não existe sociedade nem sociabilidade sem a presença de coisas, que são trocadas, compartilhadas e usufruídas em grupo.

Esta pesquisa se propôs a uma análise sobre a relação de indivíduos da faixa etária de 15 a 29 anos, residentes em um território rural, com as coisas. Considerando o recorte etário e territorial adotado, apresentamos brevemente alguns estudos sobre juventudes rurais no Brasil, as temáticas mais abordadas e a importância de analisar as práticas da juventude que vive nesse território quanto ao consumo e à manipulação dos bens materiais. Como informado, o campo de estudos foi realizado no distrito de São Pedro da Serra, pertencente ao município de Nova Friburgo, região serrana do estado do Rio de Janeiro.

Uma particularidade que atravessa os jovens de São Pedro da Serra é a presença do Ponto de Cultura e Memória Rurais, localizado na divisa entre os municípios de Bom Jardim e Nova Friburgo, atendendo pessoas que moram em São Pedro da Serra. Sua importância se dá pela conservação, reprodução e divulgação da cultura rural, seus costumes e tradições, atendendo a um número significativo de jovens.

Este capítulo apresenta, uma descrição da história e do significado do Ponto de Cultura e a análise dos dados obtidos nas entrevistas realizadas com quatro jovens que moram ou já moraram na região. A partir dos dados coletados, definimos quatro categorias analíticas: vestuário, tecnologia, transporte e desperdício. Essas categorias foram escolhidas por terem sido recorrentes em todas as entrevistas, ficando evidente sua importância para a juventude pesquisada. As categorias funcionaram como um descortinamento da relação dos jovens entrevistado com as coisas.

3.1. O Ponto de Cultura e Memória Rurais

Ponto de Cultura e Memória Rurais é o título de reconhecimento dado pelo extinto Ministério da Cultura – MinC, ao equipamento cultural “Instituto de Imagem e Cidadania/Sobrado Cultural Rural”, criado em 1999 por Marjorie Botelho e Cláudio Paulino, em Vila Isabel, um bairro da Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro. Em 2009, após 10 anos de funcionamento no meio urbano, o Sobrado Cultural foi transferido para um sítio em São Pedro da Serra, onde funciona até hoje, passando a enfatizar a cultura dos territórios rurais.

O Ponto de Cultura e Memória Rurais é um equipamento educativo de cultura, museologia social e agroecologia, composto pela “Biblioteca Brinquedoteca Conceição Knupp Amaral”, com títulos voltados para o segmento infanto-juvenil; pelo “Galpão de Artes Mafort”, com estrutura para apresentações culturais; pela “Biblioteca de Artes Visuais”, com acervo bibliográfico da Funarte³⁸; por um laboratório de fotografia digital; um laboratório de fotografia P&B; e pelo o “Ecomuseu Rural”, com acervo fotográfico e audiovisual dos saberes e fazeres presentes em áreas rurais. Embora localizado no distrito de Santo Antônio, que faz parte do município de Bom Jardim, o Ponto de Cultura fica na divisa com o distrito de São Pedro da Serra e, por isso, atende grande número de jovens deste último, principalmente em idade escolar.

O Ponto de Cultura realiza oficinas de fotografias e vídeos, com foco em educação patrimonial e voltada para as artes visuais. Essas oficinas trabalham, em parceria com escolas municipais e estaduais que, além de fortalecer o diálogo com o poder público e com os estudantes, viabiliza o transporte, vide a dificuldade de deslocamento dentro desses territórios.

Pareceu-nos importante traçar um breve histórico do Sobrado Cultural. Após terem participado da Teia Estadual dos Pontos de Cultura, em 2010³⁹, o casal se aproximou do Grupo de Trabalho Escola Viva, pois estava se apropriando da temática das escolas do campo, passando a compor, logo em seguida, os representantes desse GT. Nesse encontro, Marjorie e

³⁸ A Fundação Nacional da Arte é um órgão do Governo Federal brasileiro cuja missão é promover e incentivar a produção, a prática, o desenvolvimento e a difusão das artes no país. É responsável pelas políticas públicas federais de estímulo à atividade artística brasileira. Fonte: www.funarte.gov.br. Acesso em 08 de setembro de 2020.

³⁹ No ano de 2010, foi realizado o Encontro da Diversidade Cultural na cidade do Rio de Janeiro. <http://rubi.casarui Barbosa.gov.br/bitstream/20.500.11997/6734/1/427.%20Linha%20do%20tempo%20Cultura%20Viva.pdf> acessado em 04/09/2020.

Cláudio tiveram o primeiro contato com o Programa Gesac⁴⁰, que fazia parte Ministério da Cultura, visando melhorar e organizar a comunicação das comunidades em áreas sem contato de sinal de celular ou acesso a redes de *wifi*. Após essa experiência, ao perceber que se enquadravam nessas características, o casal foi contemplado com uma antena, em dezembro desse mesmo ano, passando a ter uma importante ferramenta facilitadora de comunicação.

Em 2011, a região serrana de Nova Friburgo passou pelo que tem sido considerada sua maior catástrofe natural⁴¹ já registrada. Dada a gravidade do ocorrido, os diversos Pontos de Cultura passaram a trabalhar de forma mais integrada. A presença da antena do programa Gesac foi fundamental para a comunicação dos riscos e das medidas adotadas. Com a aproximação entre os Pontos de Cultura da região, diversas iniciativas de ajuda e recuperação foram planejadas, antes mesmo das providências do Estado.

Essa experiência foi determinante para que os coordenadores do Ponto de Cultura pensassem o que seria “viver na ruralidade”. Neste primeiro momento, o foco estava em desenvolver formas de ajudar os atingidos pela tragédia, com a coleta e distribuição de alimentos e medicamentos, mas também e, principalmente, atividades que gerassem alegria, amenizando o sofrimento, como a valorização das tradições culturais locais.

Já em 2013, devido à experiência do casal na construção das Teias de 2011 e 2012, conseguiram propor uma Teia de Pontos de Cultura na região que sofreu com a catástrofe natural, agregando os municípios de Bom Jardim, Nova Friburgo e Trajano de Moraes⁴². Esta foi a primeira Teia de Pontos de Cultura⁴³ com a temática rural, o que contribuiu para voltar o foco das iniciativas culturais para os territórios rurais, buscando tirá-los da invisibilidade. Com isso, a ideia de cultura passou a ser exposta como um direito que precisava ser adquirido e disponibilizado. O ano de 2013 foi um momento de muita luta por esse direito e disputa pelos editais que fossem destinados às áreas rurais.

Em 2014, na Teia Nacional realizada na cidade de Natal/RN, a participação do Sobrado Cultural Rural teve o objetivo de ampliar a rede de pontos de cultura rural e foi apresentada a proposta de um GT específico para esses pontos, que foi intitulado de Grupo de Trabalho de

⁴⁰ Governo Eletrônico Serviços de Atendimento ao Cidadão – GESAC. O programa GESAC visa oferecer gratuitamente conexão à internet em banda larga, por via terrestre e satélite. Fonte: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-conexao-de-internet-gesac>. Acesso em 04/09/2020.

⁴¹ <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/chuvas-no-rj/noticia/2011/01/chuva-na-regiao-serrana-e-maior-tragedia-climatica-da-historia-do-pais.html>. Acesso em 10/10/2020.

⁴² Os três municípios integram a Mesorregião Centro-Fluminense e fazem divisa territorial entre si.

⁴³ Uma iniciativa do Programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura.

Pontos de Cultura e Memórias Rurais, onde se fez o cadastro de aproximadamente 200 aparelhos culturais dessa natureza e, posteriormente, uma primeira reunião com a participação de 38 desses equipamentos.

Logo após a Teia Nacional, entre os anos de 2014 e 2016, houve diversas ações de incidência política, além da construção, junto com o Governo Federal, mais precisamente com o Ministério da Cultura, de um levantamento dentro do Programa Cultura Viva⁴⁴ para saber quais, dentre os Pontos de Cultura contemplados, localizavam-se em territórios de características rurais. Este levantamento mostrou que o Governo Federal não filtrou os candidatos aos editais pela característica territorial, dificultando a inclusão de pontos de cultura nestes territórios, o que foi feito posteriormente pelo GT Temático de Pontos de Cultura e Memória Rurais.

Em 2015, foi realizado o convênio, até o momento, mais significativo da história do Sobrado Cultural Rural, firmado com a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, que versou sobre um programa específico para o fortalecimento da cultura voltada para a juventude rural. Neste convênio, foi identificada uma preocupação com a fixação dos jovens no campo. Através de comunicação comunitária com as escolas, as oficinas atraíram jovens que deixavam evidenciadas suas intenções em permanecer em seus territórios, caso fossem garantidas as condições necessárias para isso, como trabalho que rendessem uma melhor remuneração, acesso à escolaridade de nível médio e superior e transporte que garantisse sua mobilidade.

No final do ano de 2016, já estava organizada a criação de um comitê técnico voltado para a criação de uma política cultural para os territórios rurais, que seria composto por organizações rurais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) e outros movimentos sociais. Entretanto, dada a conjuntura política à época, isso acabou não sendo realizado. No mesmo ano de 2016, o Sobrado Cultural Rural foi contemplado por um edital nacional, para o qual apresentou a proposta de realização de encontros com a Rede Nacional de Pontos de Cultura Rural – que atualmente conta com 34 pontos cadastrados, pois essa demanda já fora solicitada e tinha como intuito a participação ativa e executiva do Governo Federal.

⁴⁴ O Programa Cultura Viva foi criado em 2004, no primeiro ano do governo do Presidente Luís Inácio Lula da Silva, com o intuito de fomentar e desenvolver processos culturais, estimulando a participação social, a colaboração e a gestão compartilhada de políticas públicas. O Programa visava valorizar a cultura de base comunitária, a articulação em rede e a gestão compartilhada (Ver em: www.culturaviva.gov.br. Acesso em 10 de setembro de 2020).

Com o recurso adquirido no edital de 2016 – disponibilizado no ano de 2017, o Sobrado Cultural Rural pôde realizar três encontros da Rede Nacional de Pontos de Cultura Rural, juntando as 34 organizações cadastradas. Esses encontros serviram para reafirmar a importância das políticas de cultura para territórios rurais, com suas manifestações culturais características, incluindo a cultura popular, a agroecologia e o turismo de base comunitária.

No ano de 2019, foi realizada a 1ª Teia Latino-Americana de Pontos de Cultura e Memória Rurais⁴⁵, mostrando que, mesmo com a extinção do Ministério da Cultura e da redução de verbas para Programa Cultura Viva, o trabalho dos equipamentos culturais rurais seguia fortalecido. Foi justamente neste momento em que a política cultural ficou relegada a uma menor relevância que houve uma reafirmação da importância da cultura e das tradições rurais: deixar viva na memória popular o fato de que os territórios rurais possuem características similares, acumulando experiências e contribuindo para a construção identitária dos povos rurais.

Um aparelho cultural que se pretende divulgador e mantenedor da cultura, em uma região e que resguarda características de uma ruralidade preservada, tem importância fundamental para a juventude que o acessa. Na entrevista realizada com os coordenadores do Ponto de Cultura Rural, Marjorie e Cláudio, ficou claro o compromisso de construir uma via de mão dupla no relacionamento entre o equipamento cultural e a juventude local. De um lado, o Ponto de Cultura trabalha para divulgar as tradições da região e, de outro, os jovens que dali participam desenvolvem a capacidade de criar, transformar e transmitir conhecimentos.

O Ponto de Cultura e Memória Rurais foi uma porta de entrada para nossa pesquisa, propiciando uma aproximação com a juventude de São Pedro da Serra, além de propiciar reflexões acerca da cultura local. Todos/as entrevistados/as têm relação e proximidade com este equipamento cultural, o que justifica essa breve história e apresentação.

3.2. A Juventude de São Pedro da Serra e a cultura material

Nesta seção, vamos discutir, a partir dos dados coletados em campo, algumas das formas como os jovens do distrito de São Pedro da Serra se relacionam com a cultura material,

⁴⁵ <https://www.jornalistaslivres.org/1a-teia-latino-americana-de-pontos-de-cultura-e-memoria-rurais>. (Acesso em 10/09/2020)

além de apresentar uma breve análise das suas práticas de consumo. Em entrevistas realizadas com quatro jovens residentes ou ex-residentes de São Pedro da Serra, pudemos observar como eles lidam, em seu cotidiano, com algumas questões relacionadas à cultura material e às práticas de consumo, temas em geral ausentes dos estudos acerca da juventude rural.

Durante as entrevistas, os jovens descreveram a dinâmica da sua relação com as coisas, seu hábitos e comportamentos cotidianos. Os/as entrevistados/as foram: Miguel Emílio Botelho Paolino, 24 anos, estudante de designer de jogos virtuais, que nasceu no Rio de Janeiro e mudou-se para São Pedro na infância, onde mora atualmente com seus pais e irmã; João Pedro Delorenci Toscano Costa, 22 anos, artesão e músico, nascido no Rio de Janeiro, mudou-se para São Pedro também na infância; Rafaella Saioro Bezerra Batista, 23 anos, tradutora de inglês e estudante de mestrado de Letras, nascida no Rio de Janeiro, viveu aproximadamente 5 anos em São Pedro da Serra e atualmente, por conta do seu mestrado, mora na cidade de Mariana/MG; Luiza Mouzinho da Silveira Oliveira Gomes, 19 anos, estudante de Medicina Veterinária na UFRPE, nascida em Recife-PE, mora atualmente na capital pernambucana mas residiu durante 13 anos no distrito de São Pedro da Serra, onde ainda possui parentes e visita periodicamente.

Seguindo o objetivo de identificar a relação dessa juventude com a cultura material, vimos que os jovens entrevistados estão preocupados com – no seu modo de pensar – o consumo e as consequências sociais e ambientais negativas que o mesmo gera, sendo esse um ponto importante para a compreensão da relação desses jovens com o mundo das coisas.

Estes jovens, que moram em São Pedro da Serra ou lá moraram durante boa parte da sua juventude, nos pareceram ter características muito similares entre si. Após analisar as entrevistas, optamos por destacar quatro categorias da cultura material que apresentaram maior relevância em suas falas, e que não aparecem em pesquisas acadêmicas, pelo menos naquelas por nós consultadas. São elas: vestuário, tecnologia, transporte e desperdício.

Tais categorias nos pareceram importantes para guiar nossa reflexão sobre o tema do consumo e da cultura material entre os jovens rurais, iluminando suas demandas, necessidades materiais, a construção de sua identidade e a sociabilidade. Esperamos que tais reflexões, embora limitadas pelas restrições deste trabalho, funcionem como um primeiro mapeamento do tema e sirvam de base para reflexões futuras mais aprofundadas, além de, eventualmente, uma comparação com outras juventudes e sua cultura material.

As quatro categorias selecionadas a partir das entrevistas são marcadoras qualitativas da cultura material e das práticas de consumo dos jovens em questão, tirando da invisibilidade um aspecto da vida social cotidiana de pessoas que costumam ser estudadas enquanto trabalhadores ou futuro trabalhadores, sem que outras dimensões de suas vidas sejam valorizadas como objeto de pesquisa.

3.2.1 Vestuário

O vestuário e a moda ainda são um tabu nos estudos acadêmicos, e também no senso comum, vistos como um indicador de superficialidade e alienação (MILLER, 2002). Normalmente, o discurso do senso comum atribui um estigma de futilidade àquelas pessoas que se preocupam um pouco mais com suas roupas, não deixando espaço para reflexões sobre esta dimensão da vida social.

Daniel Miller é um dos autores que questionam o estigma da futilidade e superficialidade das roupas e da moda, mostrando que este preconceito diz mais sobre quem os tece do que sobre aqueles que se preocupam com suas roupas. Miller estuda o significado das roupas para os indivíduos, questionando as teorias que consideram as roupas como um significado e uma representação de um “eu” essencial:

Mas o que é e onde está esse eu que as roupas representam? Tanto na filosofia quanto na vida cotidiana, imaginamos que há um eu real ou verdadeiro que jaz profundamente dentro de nós. À superfície, encontra-se a vestimenta, que pode nos representar e revelar uma verdade sobre nós, mas também pode mentir. É como se, ao descascar as camadas exteriores, nós finalmente pudéssemos chegar ao eu real dentro de nós. Porém, o que foi revelado pela ausência de roupas não foi o eu interior do imperador, mas sua vaidade exterior. Na verdade, como observou Peer Gynt, o personagem de Ibsen, todos nós somos cebolas. Quando se descascam nossas camadas, descobre-se que não resta absolutamente nada. Não existe nenhum eu interior. Nós não somos imperadores representados por roupas, pois, se removermos as roupas, não há um cerne interior. As roupas não são superficiais, elas são o que faz de nós o que pensamos ser. Inicialmente isso parece estranho, improvável, implausível ou apenas francamente errado. (MILLER, 2010, p. 22-23)

Em sua análise sobre o vestuário, Miller deixa claro que a ideia de roupa e moda como expressão individual não é a única forma de análise, principalmente porque um olhar sobre o que o vestuário, em princípio, nos apresenta, pode simplesmente não corresponder à leitura de alguma “identidade” ou “essência” pessoal. Obviamente, as pessoas podem se expressar através das coisas, incluindo as peças de roupa que escolhem e usam, mas tornar isso uma generalização

sobre alguma “essência da identidade de um indivíduo não condiz com uma análise do que uma roupa – ou uma composição de roupas e peças de acessório – pode significar para os indivíduos e nem necessariamente como eles querem se ‘mostrar’ para a sociedade”. E o autor continua:

O problema de se ver o vestuário como a superfície que representa ou deixa de representar o cerne interior do verdadeiro ser é que tendemos a considerar superficiais as pessoas que levam a roupa a sério. Antes do feminismo, caricaturas de jornal tinham poucos escrúpulos em mostrar que as mulheres eram superficiais, retratando meramente seu desejo de comprar sapatos e vestidos. Rapazes negros eram superficiais porque queriam tênis caros, que supostamente não tinham condições de comprar. Em contraste, nós, estudantes universitários em lugares como Cambridge, éramos perspicazes e profundos porque parecíamos andrajos e claramente não nos preocupávamos com isso (MILLER, 2010, p. 23)⁴⁶.

É, pois, muito superficial fazer uma análise superficial das roupas e do modo de vestir. Quando nos propomos a entender o cotidiano de um grupo social, deixar de lado conceitos pré-determinados nos impede de reificar tais conceitos. E foi exatamente essa a postura metodológica utilizada para interagir e analisar as falas dos/as jovens rurais de São Pedro da Serra.

Nas entrevistas realizadas, ao abordamos o quesito “vestuário” obtivemos respostas que mostraram que as roupas possuem um significado importante para eles/elas, mas o valor dado às roupas não está em diálogo com ideias de profundidade nem de superficialidade, nem tampouco com a forma como eles querem comunicar e expressar seu “eu” interior para seu círculo social. As diferenças no estilo e nas cores das roupas usadas parecem relacionadas, principalmente, à ocasião em que são usadas, se para ir a uma festa ou a um culto religioso, para ficar em casa ou para trabalhar. As respostas variam quanto à forma e a importância dada pelos/as entrevistados/as, mas as convenções sociais são consideradas importantes e, invariavelmente, respeitadas.

Registramos abaixo como os/as jovens entrevistados/as falaram de suas roupas, começando com João Pedro, que nos apresenta uma forma de classificação de suas roupas, deixando evidenciada a preferência por conforto, principalmente na hora de dormir:

⁴⁶ Traduzido do original: “The problem with seeing clothing as the surface that represents or ceases to represent the inner core of the true being is that we tend to consider superficial people who take clothing seriously. Before feminism, newspaper cartoons had little qualms about showing that women were superficial, merely portraying their desire to buy shoes and dresses. Black boys were shallow because they wanted expensive sneakers, which they were supposedly unable to afford. In contrast, we, college students in places like Cambridge, were perceptive and profound because we looked like rags and clearly didn’t care about that” (MILLER, 2010, p. 23).

Minhas roupas são meio misturadas, né? Então... eu não tenho muito roupa de ficar em casa e de sair, eu uso tudo a mesma roupa, mas tem roupas que eu gosto mais, então quando é alguma coisa especial acabo... tem combinações que eu gosto mais, então acabo colocando as combinações que eu gosto mais, juntas. Por exemplo... algumas combinações que eu uso mais pra sair, pra ir em festa, eventos... ou todo de preto, uma calça preta, uma camisa preta e um tênis – na verdade, uso só um par de tênis, então, sim, ele se repete pra todos [os eventos e ocasiões]. Ou então uma bermuda marrom ou bege com uma camisa (é a roupa que eu estou agora, até!), que é marrom também... eu gosto assim, meio monocromático. E pra dormir, são mais roupas confortáveis, né? Quando eu tô no Rio de Janeiro, que tá quente, eu durmo ou sem roupa ou com samba canção, assim. E aqui [em São Pedro da Serra], eu coloco uma calça de moletom e uma camisa de manga comprida, que geralmente são bem velhas, bem pequenas em mim.

Sobre suas preferências de vestuário, João Pedro nos diz:

As roupas que eu mais gosto, são as combinações. Atualmente tenho gostado mais de roupa sem estampa. Eu tenho camisa preta que eu gosto bastante; tenho uma que é rosa. Uma roupa... dois casacos que eu tô usando muito... é um casaco que é todo rosa, fofinho, de moletom, que parece um algodão doce, e um amarelo, também moletom, só que sem capuz, sem bolso e tal. Tem roupas novas que eu ganhei. Novas entre aspas, porque a maior parte das minhas roupas eu ganho de um primo meu, então... umas roupas que eu ganhei e gostei bastante, usei pro trabalho e manchou também... enfim, eu não ligo muito, não. Pra mim, é muito difícil me desfazer de roupa, na verdade, jogar fora. Geralmente quando ela tá muito acabada – que não dá pra doar – eu joga fora, mas demora muitos anos pra isso. Eu tenho roupa de quando eu era criança aqui. Às vezes, quando eu percebo que não vou usar mais aquela roupa, e que ela está só envelhecendo há muito tempo guardada (que eu não vou mais usar), eu acabo doando – e é assim que eu me desfaço das roupas que eu não gosto.

No relato da Rafaella, também podemos observar uma característica importante, que é a de se considerar uma pessoa “básica” para se vestir, também sendo observado a lembrança acerca da roupa específica para ocasiões especiais, satisfazendo as convenções sociais, além, é claro, das suas preferências na escolha das roupas que vai usar:

Na questão de ter alguma roupa específica para trabalhar, eu não tenho... é mais... estudante, né? De repente eu vou me vestir de forma um pouco mais formal se tiver que dar alguma aula ou ir em defesa, qualificação, mas também, nada muito específico, não. No geral, eu sou bem básica de roupa, gosto bastante de short, camiseta, calça jeans. Sempre que possível, moletom. De peça preferida, eu tenho umas saias que eu gosto bastante, eu adoro usar saia longa e pra comprar, eu adoro comprar sapato. É a única peça de roupa que eu sempre gosto de comprar e por isso eu tenho um pouquinho mais de variedade do que o necessário. Fora isso, é bem básico, eu não tenho nada específico, não. A única diferença é que, em tempos de normalidade [no momento das entrevistas, estávamos passando pela pandemia de Covid-19], eu vou usar mais moletom em casa e na rua vou usar mais roupinhas mais soltas.

Perguntada se tem alguma roupa de que não goste, ela diz:

Eu acho que não [tenho uma roupa que não goste]. Eu não gosto de usar coisa muito curta e eu não gosto de usar muito macacão, porque dá muito trabalho. Eu tenho um, e eu gosto dele, mas é por isso que só tenho um.

Luiza, ao ser perguntada sobre sua relação com suas roupas, ela apresenta, primeiramente, sua classificação das roupas de acordo com o ambiente em que serão usadas. Fala também sobre o empréstimo de suas peças de vestuário e seu desapego às peças que não utiliza mais:

Eu tenho essa divisão de roupas. Eu divido as minhas roupas em “roupas pra ir pra faculdade”, “pra ir numa festa”, “roupa pra ficar em casa”, “roupa de dormir” também...

Depende muito da pessoa que eu vou emprestar essa roupa. Eu acho que eu não tenho uma roupa que eu não goste – porque geralmente, quando eu não gosto de algo eu me desfaço dele. Eu não tenho problema em, por exemplo, doar as minhas roupas ou botá-las pra vender em algum brechó. Até em São Pedro eu tinha muito essa prática.

E roupas que gosto muito, são roupas que eu tento encaixar no meu dia a dia ou caso seja uma roupa que eu considere mais arrumada, eu tento encaixar em eventos que eu vá comparecer.

Já Miguel se apresenta como uma pessoa “desapegada dos bens materiais”, principalmente de roupas, fazendo o uso da mesma de acordo com o ambiente e a necessidade:

Eu me considero uma pessoa com poucas roupas. Particularmente eu uso muito uma roupa, até ficar suja. Em dias normais, sempre que rola de dar uma saída, e como a gente está sempre muito envolto de mato e terra, acaba sempre sujando um pouco, mas é isso: a minha relação com as roupas é bem tranquila, não me importo muito com essa questão de moda, na verdade. É só colocar a primeira coisa que vem e, se não tiver sei lá, listrado com xadrez, tá suave. A questão de trocar de roupa vai muito do que acontece no dia: se sair e sujar, troca; se não sair e sujar, então, tá tranquilo, só permanece. Acho que, quando o momento pede... assim, a questão do pijama é mais por conforto... se minha roupa do dia for confortável, vai com ela mesmo, se não, troca. E a questão de festa, de momentos especiais, você acaba fazendo um esforço. Não que ache isso superimportante, o momento pede e você se adequa ao momento.

Na fala de Miguel, podemos observar um aspecto das roupas que Miller (2013) chama a atenção: por mais que as pessoas digam que não se preocupam com seu vestuário, podemos ver que, mesmo sem terem uma percepção clara, há certo cuidado na escolha de suas roupas e na combinação entre elas, como é o caso do cuidado do Miguel em não misturar “listrado com xadrez”.

Como pudemos perceber, as peças de vestuário são classificadas por todos/as eles/as de acordo com a ocasião. A roupa para trabalho não é necessariamente formal, principalmente ao considerarmos suas profissões/atividades, mas há consenso de que existem roupas próprias para o trabalho, para festas etc., como João Pedro nos relata:

Atualmente, eu estou trabalhando com umas mesas de madeira, então, eu fico bem sujo... então eu tenho duas calças jeans que eu não gosto muito, que eu tenho usado [para trabalhar], estão bem manchadas. E algumas blusas mais velhas eu uso... são

roupas que, enfim, estão bem velhas. Até esse casaco amarelo que eu gosto, eu já usei pra trabalhar.

Também pudemos constatar que a roupa para “sair” – como forma de socialização – é importante. E mesmo quando relatam que não dão tanta importância, acabam mostrando que uma roupa “mais arrumada” seja mais adequada para esses momentos, como na fala da Rafaella, quando se refere a uma roupa adequada a algum evento especial, ou a roupa “mais confortável” como a ideal para ficar em casa e/ou dormir.

Vimos que esses/as jovens não diferem entre si quanto ao modo de se vestirem e parecem tentar não destoar muito frente às convenções sociais. Ou seja, o vestuário é importante para eles, embora não prioritário.

Tais dados expressam, em certa medida, de um lado, a “vida pacata” vivida por eles no território rural, e, de outro, sua autoafirmação como pessoas “mais desprendidas” e “desapegadas” em relação às roupas. Mas, como nos lembra Miller (2013), as roupas contam histórias e colaboram na adequação pessoal a convenções sociais, além de participarem da construção e comunicação de identidades. Assim, mesmo sem serem consideradas uma prioridade, elas possuem importância em suas vidas cotidianas.

3.2.2. Tecnologias de comunicação digital

As tecnologias digitais são aliadas importantes dos/as jovens entrevistados/as. Primeiramente, sem elas, não poderíamos ter realizado as entrevistas. Mesmo não conseguindo vivenciar e observar o cotidiano desses/as jovens e o uso que fazem de tais tecnologias, como constava no plano inicial da pesquisa, ficou claro que a utilização de tecnologias digitais é fundamental para a comunicação, a pesquisa de produtos antes da compra, a socialização com os amigos e para o lazer em geral. É justamente sobre sua funcionalidade e uso que focamos nossa análise da relação dos jovens com as tecnologias digitais.

Em todas as entrevistas, a tecnologia foi citada como algo de extrema necessidade. Entretanto, precisamos deixar claro que, quando mencionamos tecnologia, estamos falando da Internet e seus dispositivos de acesso, especialmente o celular, o computador e o notebook.

Precisamos registrar, antes mesmo de entrarmos nas discussões sobre a importância da tecnologia para os jovens entrevistados, que o distrito de São Pedro da Serra possui uma

deficiência muito grande no que tange à disponibilidade de sinal de Internet. Todos/as entrevistados/as mencionaram que, se o sinal de internet fosse de melhor qualidade e abrangência, isso teria até mesmo o papel de estímulo para sua permanência no distrito, sem pensar na saída para centros urbanos, exceto para os estudos. Isso pode ser verificado, por exemplo, na fala de Miguel, um desenvolvedor de jogos que tem a internet como ferramenta necessária para seu trabalho:

A internet é parada muito problemática [em São Pedro da Serra], seja na área mais rural ou seja mais na cidade [se refere à vila ou centro do distrito], onde a internet é um pouco melhor, mas muito instável. Pro meu trabalho, se eu tivesse uma internet boa, poderia executá-lo de qualquer lugar, mas como isso não é uma realidade, então é sim, uma dificuldade.

Miguel se refere ao celular da seguinte forma: “para mim, é uma extensão do corpo, seja comigo, seja com o círculo ao meu redor. Todo mundo é meio grudado no celular”. Este dispositivo é usado por ele para resolver problemas do trabalho, planejar reuniões, pesquisar conteúdos para novos projetos, consultar novos produtos de tecnologia para a facilitação do seu trabalho – como novos computadores e periféricos (mouses, teclados) – e, é claro, para jogar com seus amigos e socializar. Além do celular, mesmo sendo uma pessoa que se diz não “apegada às coisas materiais”, Miguel deixa também registrado a importância de seu computador:

Eu não sou muito apegado aos objetos, às coisas materiais. De uso pessoal, pra mim, o mais importante, seria o meu computador, por que todos os jogos, livros, tudo que eu faço hoje acaba sendo nele, inclusive, é isso, hoje eu moro aqui com meus pais, mas até então, eu morei na cidade da faculdade, que também era uma cidade rural [Morro Azul, distrito da cidade de Vassouras/RJ], morei no Rio de Janeiro. Acaba que eu não tenho muito apego a alguma coisa em especial, fora o computador que é muito importante. Pra mim, não faz tanto sentido pra mim, essas coisas.

Assim como no caso do Miguel, com os demais jovens entrevistados o apego às coisas é maior com relação aos dispositivos para acesso à Internet. O celular é considerado por eles um dispositivo facilitador da vida social, mas não necessariamente algo que tome muito tempo de suas vidas – excetuando Miguel. Ele é utilizado, por exemplo, para “conversar com o namorado”, como na fala de João Pedro:

Quando é pra socializar, aí depende muito do grupo de amigos, porque eu tenho vários núcleos de amizade. Por exemplo: com o Miguel e com o pessoal aqui de São Pedro, geralmente é uma coisa, quando a gente tá aqui, sabe?... agora, de família, o meu namorado mora fora do Brasil atualmente, e a gente se fala pelo telefone todo dia, mas não se encontra, porque, enfim... os amigos dele, a gente tem contato mais online.

Para Luiza, o celular é “sempre mais para comunicação”. E isso fica muito claro quando ela diz que utiliza a internet para conversar com seus avós e seus amigos, mas também fica claro certo desapego com relação ao aparelho em si, principalmente em um caso em que ficou sem ele:

Eu, particularmente, sou bem dependente do meu celular. Por uma questão de... eu moro em Recife, e muitos dos meus amigos, por exemplo, moram em São Pedro, em Friburgo, então eu gosto de ter essa comunicação. Tem a questão, também, dos meus avós – que são duas pessoas idosas – que se acontecer qualquer imprevisto, eu preciso estar com o celular pronto pra atendê-los e saber o que está acontecendo. Mas eu já passei por situações de ficar sem o celular por um período de tempo de dois meses, e eu consegui ficar tranquila. Mas eu só consigo fazer isso, se tiver algum outro aparelho eletrônico pra suprir essa comunicação, mesmo que seja de uma maneira mais remota, como o notebook, por exemplo – que eu tenho em casa e só me comunico com as pessoas quando estou em casa.

Rafaella utiliza seu aparelho de celular também para marcar encontros presenciais com seus amigos em seu tempo livre:

Minhas prioridades mudaram bastante nos últimos anos. Uma coisa que eu sempre priorizo é ter tempo para passar com amigos, meio que fazendo “nada” – ir a um bar, ver filme, série. Fora meu trabalho, isso é o que eu mais priorizo.

A relação de desapego com o celular tangencia única e exclusivamente o equipamento eletrônico em si, não sendo relegada a importância do acesso à Internet para esses jovens. Isso é bem evidente na fala da Rafaella, acima, e também na de João Pedro, abaixo, quando ele diz não se preocupar com a forma e o preço de suas coisas, quando o assunto é seu vestuário:

Celular, quem me deu foi minha mãe. É geralmente minha mãe que me dá celular. Mas, assim como roupa, eu não gosto muito de trocar de celular... eu gosto de usar até acabar... então o celular que eu tô, ele está até bom – eu ganhei ele em 2018, final de 2018.

Para João Pedro, o celular é um meio para a diversão, usado principalmente em seu tempo livre:

Eu tenho alguns jogos de celular e jogos de computador. Infelizmente, pra mim, é bem indispensável o celular... mas jogos de celular eu não tenho tantos... No computador, eu tenho mais jogos para jogar com outras pessoas. Meu tempo livre não é muito de socialização. Eu prefiro gastar o meu tempo livre afastado: desenhando, lendo, vendo anime, vendo série.

São muito claras as observações dos entrevistados em relação à leitura. Isso pode ser observado nos relatos de Rafaella, Luiza e Miguel. Mas chama a atenção, na resposta de

Rafaella em relação à tecnologia, a utilização de aparelhos eletrônicos – não somente o celular – para leitura. Ela admite seu apego material aos seus livros físicos, mas não dispensa o uso dos equipamentos tecnológicos para a leitura:

De apego maior... eu sou muito apegada aos meus livros, eu tenho muito livro. Inclusive, eu comprei um *kindle* [aparelho tecnológico utilizado para leitura] – porque aí fica mais prático –, mas eu tenho muito apego aos meus livros físicos e não gosto muito de emprestar não. Mas fora isso... celular... eu não ligo muito pro meu celular, eu uso ele mais porque eu tenho que usar.

Além disso, o uso da tecnologia é lembrando na hora de fazer pesquisas de preços e de produtos, como demonstrado na fala de Rafaella:

Pesquisar, eu pesquiso na internet mesmo. Em livros, eu gostava muito de ir em livrarias. Acabou que me rendi também à internet e com coisa eletrônica, vou na internet mesmo e pesquiso se vale a pena... qual modelo que vale a pena, vejo sites diferentes para ver se tá mais caro... acaba que eu planejo mais.

Para Luiza, esse tipo de pesquisa continua sendo realizada, também, em lojas físicas, com destaque para o “bater perna”, o que remete ao tradicional hábito de perambular por ruas e shoppings:

Eu sou o tipo de pessoa que concilia os dois. Eu gosto de ir bater perna, olhar os preços que eu posso conseguir pessoalmente, a qualidade do produto, conversando com pessoas que já compraram e que eu conheço. E eu também gosto de fazer essa pesquisa pela internet, para avaliar melhor o produto. Geralmente eu vejo o produto numa loja e vou pesquisar sobre ele em casa e só depois que eu vou fazer esse “bate perna” e perguntar pras pessoas que eu já conheço e que já compraram o produto. Eu geralmente só troco de celular, se for em caso de emergência.

É interessante fazer uma reflexão sobre a importância dada ao celular por esses/as jovens (REIS, 2012) e o que Miller (2010) apresenta em seus estudos sobre este aparelho tecnológico, principalmente no que tange às relações estabelecidas através deste meio digital. Vejamos um exemplo de seu estudo de campo realizado com o intuito de investigar a relação dos jamaicanos com o celular:

Uma fiel pentecostal gosta muito de levar a palavra de Jesus a todos. Ela também aprecia o que os jamaicanos chamam de aconselhamento, baseada em sua convicção de que sua inspiração vem do céu. Um engano casual a pôs em contato com uma adolescente cujas maneiras hesitantes ao telefone denotaram uma fragilidade que ela aproveitou para iniciar uma longa conversação sobre os problemas da moça, inclusive o *babyfather* (o pai não assumido) de seu filho, que a estava traindo. Essa profundidade de confissão e aconselhamento poderia ter sido difícil se tivessem se encontrado face a face. Mas a anonimidade e a casualidade do encontro levaram a um

intercâmbio firme, embora os custos das chamadas tivessem certo impacto sobre os orçamentos (MILLER, 2013, p. 181-182).

Com esse exemplo, Miller deixa claro que o contato através da tecnologia, ao contrário do que pode ser pensado de um relacionamento que se dá por vias remotas, pode sim estreitar laços e criar relações em bases confiáveis, principalmente quando o celular é tido como imprescindível para resolver problemas, aconselhar e/ou manter contato com pessoas de seu convívio. Pode parecer um tipo de relacionamento “artificial”, mas é um recurso extremamente necessário para o mundo tecnológico atual, como pudemos observar nas falas de João Pedro e Luiza, no que tange aos relacionamentos afetivos mantidos de forma virtual, apesar da distância geográfica, graças a estes aparelhos e à internet.

O celular e o computador – mais precisamente, a internet – parecem fundamentais para que os/as jovens entrevistados organizem sua vida e planejem suas compras. E é exatamente isso que chama a atenção nas suas falas. Sem nenhuma resposta dissonante, eles/as utilizam a pesquisa na internet – principalmente pela facilidade e comodidade (como poderemos ver melhor na próxima seção) – para comparar preços e planejar o que e onde comprar, dentro de sua restrição orçamentária.

O esmero no planejamento do que e onde comprar é uma característica comum a todos/as os/as entrevistados/as. Quando perguntados/as sobre por que planejar as compras são importantes, as falas mostram a preocupação com a real necessidade do artigo em questão (roupas, artigos eletrônicos, livros ou jogos), com o preço, com a comodidade de entrega e com a possibilidade de poder comparar objetos similares, comparar funcionalidades e evitar comprar algo de que se arrependam depois. A propósito, o arrependimento na compra é bem menor quando eles/as admitem que pesquisaram com afinco antes de confirmar suas compras, como podemos ver na fala da Rafaella, abaixo:

Eu não compro muito, então quando eu compro é porque eu preciso mesmo. Notebook, por exemplo, eu vou trocar quando ele quebrar; celular também, eu troco quando quebra. Mas aí eu pesquiso. Quando é algo que não preciso muito, eu pesquiso por mais tempo.

3.2.3. Transporte

Em territórios rurais, o transporte é sempre um ponto sensível, haja vista a pouca disponibilidade de transporte público, o que não é diferente no distrito de São Pedro da Serra. Como o distrito fica a cerca de 35 Km do centro de Nova Friburgo, há certa reclamação frente à necessidade de deslocamentos frequentes para satisfazer alguma necessidade de compra ou de lazer. O centro de Nova Friburgo possui amplas possibilidades de lojas e, portanto, de artigos para alguma necessidade premente, além de um *shopping center* e alguns equipamentos culturais, como, por exemplo, cinemas. Uma fala da Rafaella deixa isso mais claro:

Quando eu ia pra Friburgo, era mais pra resolver alguma coisa... eu lembro que ia pra ir ao cinema e de algumas coisas, como compra de mês, que a gente ia fazer em Friburgo. Eu lembro que a gente fazia lá, porque entregava em São Pedro, e fica mais barato também. O resto era mais isso, às vezes era pra passear em shopping, ver as lojas. Lazer mesmo, era mais em São Pedro, barzinho, essas coisas.

Não fica exatamente explícito nas entrevistas se os jovens não gostam ou se não querem ficar se deslocando para o centro da cidade de Nova Friburgo, por causa da dificuldade com o transporte público⁴⁷, que os deixaria sem vontade de buscar algo que não encontram em seu distrito. Na realidade, uma questão importante que pode ser suscitada é se essa dificuldade de transporte os condiciona a se adequar a sua realidade, ficando menos propensos a buscar gêneros diferentes daqueles que são encontrados próximos às suas casas, como fica explícito em algumas falas dos entrevistados. Luiza justifica as idas a Friburgo devido aos estudos e a necessidades de compras específicas, sendo as compras básicas (alimentação e produtos para limpeza) supridas no próprio distrito de São Pedro da Serra:

Eu chegava a ir a Friburgo a semana inteira, porque eu estudava no centro [distrito central de Friburgo]. Mas baseando numa necessidade da minha mãe, que era uma pessoa que não ia com frequência, acho que uma vez por semana, ou uma vez a cada 15 dias, pra comprar algum material de artesanato que ela precisasse, e de resto, se não precisasse, não estávamos no centro pra comprar nada não. (...) A necessidade do cotidiano, compras pra casa, de comida, material de limpeza... e tudo isso tem no mercado [de São Pedro]. Então a gente não precisava ir ao centro, não, era mais a necessidade de comprar material de trabalho. Às vezes minha mãe nem chegava a ir ao centro, por eu estar no centro pra estudar, eu já resolvia as coisas pra ela... questão de banco também, que precisava ir ao centro pra poder resolver.

⁴⁷ Em São Pedro da Serra há somente uma linha de ônibus que liga o distrito ao centro de Nova Friburgo. Os horários do ônibus possuem intervalo de 30 minutos, sendo irregulares nos finais de semana. O tempo de viagem até o distrito central é de aproximadamente uma hora.

Considerando nossas entrevistas, a juventude de São Pedro parece preocupada e insatisfeita com a dificuldade de transporte público tanto para os distritos vizinhos, quanto para o próprio centro de Nova Friburgo. No entanto, nossos achados diferem daqueles da pesquisa de Renata Menasche e Carine Wedig sobre mobilidade (MENASCHE & WEDIG, 2009). Nas palavras das autoras:

Entre os jovens rurais da comunidade em que realizamos o estudo, a motocicleta, carregada de significados referentes ao estilo de vida urbano, aparece como um bem de consumo emblemático: objeto de desejo comumente adquirido pelos jovens rurais que têm renda própria, a moto lhes permite transitar entre o campo e a cidade, propiciando a mobilidade – material e simbólica – entre “o que há de melhor nos dois mundos”. (MENASCHE & WEDIG, 2009, p. 3)

A juventude da comunidade rural onde foi realizada a pesquisa das autoras⁴⁸ valoriza um modo de transporte que consiga fazê-la transitar entre esses “dois mundos” – o campo e a cidade – tentando aliar as coisas boas existentes nos dois e facilitando seu acesso às oportunidades. E para explicar melhor, as autoras continuam:

No contexto de nosso estudo, sugerimos que à mobilidade dos jovens entre campo e cidade, pode ser associada à ideia de circularidade entre essas culturas e que, de algum modo, esta se expressaria materialmente em bens como a motocicleta, que se apresenta como um bem de consumo urbano ressignificado e que proporciona o contato, facilitado e independente, entre o campo e a cidade, possibilitando aos jovens que “aproveitem o melhor dos dois mundos”. (WEDIG & MENASCHE, 2009, p. 14-15)

Embora diferente do que registramos na pesquisa com a juventude de São Pedro da Serra, as falas coletadas em nossas entrevistas, ilustram a importância dada à mobilidade como ferramenta indispensável para, entre outras coisas, viabilizar as compras. João Pedro, no entanto, afirma que não se desloca muito ao distrito central justamente por que suas necessidades de compras são satisfeitas ou via internet ou no próprio comércio de São Pedro da Serra, ficando a cargo de sua mãe a tarefa das compras de abastecimento, através da ida a Nova Friburgo para fazer compras em supermercados que têm preços menores que os mercados locais:

Eu não vou muito a Friburgo atualmente. Justamente porque eu não tenho muito o que fazer lá. A minha mãe, por exemplo, ela vai pra Friburgo uma ou duas vezes por semana e, às vezes, a gente vai pra ajudar, pra mercado... minha vó mora aqui em São Pedro e ela precisa ir a médico, e tudo isso só tem em Friburgo. Aqui em São Pedro a gente tem mercadinho, tem loja de material de eletrônica, algumas coisas assim, mas

⁴⁸ Menasche e Wedig realizaram sua pesquisa com famílias da região do Vale Taquari, que abrange 36 municípios da região central do estado do Rio Grande do Sul.

nada que supra. Coisas de eletrônica, peças de computador, eu acabo comprando pela internet, mas outras coisas, eu tenho muita dificuldade de comprar por aqui; materiais de trabalho, de desenho, por exemplo, eu nunca comprei pela internet – e nem imagino como isso seja. Materiais para umas mesas que eu estou fazendo, como tinta, lixa, eu acabo comprando nas lojas que tem aqui, na verdade, nas lojas que tem em Mury [outro distrito de Nova Friburgo, que fica próximo ao distrito central]. Roupas eu não compro pela internet, mas praticamente eu não compro roupa. Basicamente é isso que eu compro.

Barbosa et al (2013) chamam a atenção para o fato de que, no Brasil, os jovens permanecem na casa paterna até uma idade mais avançada em comparação, por exemplo, com os jovens de países europeus, o que os deixa mais afastados da responsabilidade com as compras de abastecimento da casa, como vimos no exemplo acima.

Uma preocupação muito significativa e relacionada à questão do transporte é o acesso aos equipamentos de saúde. A possibilidade de uma emergência médica é preocupante quando não se pode contar com a periodicidade dos ônibus e com outros meios de transporte alternativos ou particulares. Entretanto, somente quando perguntados diretamente sobre transportes, eles/as relataram essa preocupação com as emergências médicas que exigem deslocamentos com rapidez e segurança.

Isto nos levou a concluir que as viagens ao distrito central de Nova Friburgo são muito específicas, sendo mesmo consideradas dispensáveis, caso São Pedro da Serra atendesse melhor a suas necessidades, principalmente de atendimento de saúde. Os jovens parecem se sentir confortáveis frente ao seu cotidiano, como avalia Miguel:

Eu não tenho costume de ir a Friburgo não. Inclusive, a gente tenta evitar ao máximo, porque é muito tempo de viagem, a não ser que seja uma coisa que só tem em Nova Friburgo, como por exemplo, hospital... a gente tenta evitar ao máximo. Assim, existem coisas que só dariam pra comprar lá, mas hoje, com a internet, até o notebook, por exemplo, eu comprei pela internet e mandei entregar aqui [em São Pedro da Serra].

3.2.4. Desperdício

São Pedro da Serra e os distritos adjacentes de Nova Friburgo são cercados por rios, cachoeiras, matas e belas paisagens naturais que movimentam o turismo ecológico na região. Tudo isso é também um atrativo para a juventude local, ratificando a ideia de que o mundo rural é um espaço de bem viver e de contato com a natureza, o que remete à qualidade de vida. Por tudo isso, além do fato de que os entrevistados fazem parte de uma geração que

creceu sob ampla divulgação da importância das questões ambientais, a preocupação com a conservação e preservação do meio ambiente aparece, mesmo que de forma latente, nas falas dos entrevistados.

Essa introdução é importante para entendermos melhor o papel que o desperdício ocupa nas falas dos/as jovens entrevistados/as. Não à toa, desperdício é uma categoria muito mencionada por todos/as e é nítida sua preocupação em não utilizar, de forma desenfreada, os recursos naturais, como a água, mas também sua preocupação com o gasto excessivo com roupas – como já apresentado acima, no tópico sobre vestuário – e com o desperdício de alimentos e de tempo.

Na fala da Rafaella, vemos isso:

Eu, geralmente, não desperdiço as coisas, então eu não vejo muito isso. Na minha vivência, muito de boa, mas quando vejo gente lavando a louça e aí fica a água lá correndo e não tá lavando nada... sabe... essas coisas me incomodam. Ou então, luz acesa que não precisava estar acesa, isso me incomoda – nem tanto pelo lado econômico, mais pela natureza mesmo, eu acho desnecessário. É mais um incômodo e eu acho que, de novo, como eu não costumo – nem eu e nem ninguém que eu convivo – desperdiçar muito essas coisas, aí eu às vezes nem lembro que tem gente que desperdiça. Mas é... acho que é um incômodo, me irrita.

Em todas as entrevistas realizadas, ficou bem claro uma preocupação dos/as jovens em relação ao uso de seus recursos financeiros e, principalmente, ao consumo. A preocupação dos mesmos com “roupas em excesso” é evidente, e todos comentaram que quando não se quer ou não se usa mais uma roupa, deve-se doá-la para outras pessoas, dando um uso melhor a elas.

Não parece haver, entre eles, desejo de acúmulo de coisas que não possuem utilidade, com exceção daquelas roupas velhas que servem para uso em um trabalho mais pesado ou para ficar em casa. João Pedro, por exemplo, menciona que usa a roupa até “não ser mais possível usá-la”. E como isso pode se configurar como uma preocupação com o desperdício? Os/as jovens preocupam-se, principalmente, em não dispendere recursos financeiros demais para não se arrependem depois, em não comprar algo que não possua uso, em não desperdiçar seu tempo.

Em relação ao desperdício de recursos naturais, a água é mencionada de forma unânime, entendida como um bem comum que não pode ser usado de forma indiscriminada. Mesmo com a abundância de água nos rios do distrito e com o fornecimento regular de água em suas casas, o uso deste recurso é sempre associado à necessidade de que seja feito com

parcimônia. Tal característica pode ser interpretada a partir do fato de que esta geração cresceu em um contexto onde as preocupações ambientais foram disseminadas nas escolas e na mídia, especialmente aquelas que associam as causas dos problemas ambientais aos estilos de vida e consumo (Barbosa et al, 2013).

Nas falas abaixo, João Pedro e Miguel deixam claro que são sensíveis à utilização de água, energia e alimentos sem desperdícios. Começamos pelo relato de João Pedro:

De coisas mais assim... água... é gastar, né? Pra mim, desperdício de água são coisas básicas: deixar torneira aberta; de luz: deixar luz acesa; de comida: eu não gosto de jogar comida fora. Minha mãe, por exemplo, ela tem essa mania de que se sobrar um pouquinho, a gente tem que comer ou jogar fora, ela não gosta de guardar, quando sobra pouca comida. E, pra mim, é ótimo guardar pouca comida, vai servir logo depois. Eu, basicamente, não gosto de desperdiçar nada, não gosto de desperdiçar material nenhum, não gosto de desperdiçar roupa... um pouco extremo às vezes, também.

E Miguel complementa:

Eu acho desperdício uma coisa horrível, na verdade. Eu não sou nenhum exemplo nesse quesito, mas tento ao máximo evitar desperdiçar. A gente tenta fazer só a comida necessária... Água, aqui, não é um problema, porque ela vem direto da fonte, direto da nascente. A gente tem uma relação diferente com a água, mas não tão diferente do que eu tinha quando tava na faculdade. Comida, então, ok, por aí, até porque, toda comida que sobra, a gente acaba dando pros animais, então esse lixo orgânico é mais tranquilo, nem que seja pra plantação.

E sobre a possibilidade de, mesmo contrário ao desperdício, ser considerado uma pessoa acumuladora, João Pedro comenta:

Sim, [sou] totalmente. Mas um acumulador mais de guardar coisas que eu não uso, não de comprar mais, de guardar coisa velha. Minha avó, por exemplo, compra muita coisa que ela não precisa, então é o outro lado do acumulador. Eu acho que minha avó [ir] fazer compras, é um desperdício, porque o que ela compra é sempre demais, sempre estraga.

No que tange à alimentação, não se pode deixar de perceber a preocupação dos/as jovens com a forma como os alimentos são consumidos, condenando o “jogar comida fora”. Embora não tenhamos condições de aprofundar tal questão neste trabalho, isso pode ser explicado pela herança da atividade agrícola ainda presente no distrito de São Pedro da Serra e arredores, mas também pelo fato, já mencionado, de que estes jovens são parte de uma geração exposta a campanhas de educação ambiental nas escolas e à nova centralidade assumida pela alimentação (BARBOSA, 2009) e por questões relacionadas às desigualdades sociais (BARBOSA et al, 2013).

Além do desperdício de alimentos, roupas e recursos naturais, outro desperdício percebido nas entrevistas é o “desperdício de tempo”, como nesta fala de João Pedro:

Agora, de tempo, minha vida... total desperdício de tempo. Não conseguir fazer as coisas, assim. Eu percebo muitas pessoas da minha idade não conseguir avançar muito a vida, não conseguir escolher um caminho e seguir. É mais ou menos no estágio que eu estou, por isso, um desperdício de tempo.

Embora jovens, os entrevistados parecem acreditar que seu tempo precisa ser administrado da melhor maneira possível, para que não seja desperdiçado com, por exemplo, as redes sociais. É interessante ver que o tempo gasto com lazer não é considerado “desperdício de tempo”, pois é destinado à saúde mental e à socialização. O desperdício de tempo é mencionado quando não é dedicado a fazer algo que precisam ou querem fazer.

Pudemos perceber que o tema “desperdício” é importante para eles e presente na vida cotidiana da juventude de São Pedro da Serra. Fica clara a intenção desses/as jovens em demarcar sua posição frente a essa temática e também em repudiar aquelas pessoas que não evidenciam preocupação com o meio ambiente e que julgam serem “acumuladoras”. Miguel, mais uma vez, afirma:

Eu considero meus pais acumuladores... se eu sou muito desprendido das coisas materiais, eles acumulam bastante coisa. Se fosse a minha casa, eu me livraria de muita coisa, porque é um desperdício de espaço e de tempo, ter tanta coisa assim, mas também não gosto de desperdiçar tempo, então sou uma pessoa muito pontual nesse quesito. Todo tempo é minuciosamente aproveitado. Acho que mais pros bens materiais, essa questão do desperdício, eu achar que ter 300 peças de roupa, se numa semana eu só uso 7, se usar uma roupa por dia. Sou muito ligado nessa questão de apenas o necessário. E ao meu redor, eu sinto que todo mundo é muito acumulador e desperdiça”.

Os/As jovens entrevistados parecem se preocupar em não serem associados/as à imagem de pessoas despreocupadas com a sociedade, como, por exemplo, a geração de lixo, o acúmulo de bens materiais não utilizados e os recursos naturais disponíveis. Ou seja, estão preocupados/as com as gerações futuras e mostram-se conscientes dos problemas sociais e ambientais.

Considerações Finais

Durante todo o processo de pesquisa que resultou nesta dissertação, uma das maiores motivações foi a possibilidade de dar destaque a temáticas pouco abordadas nos estudos rurais e, em especial, nos estudos sobre juventude rural produzidos no Brasil: o consumo e, mais precisamente, a cultura material.

A pesquisa partiu de duas constatações. Em primeiro lugar, a limitação das Ciências Econômicas (área de formação do autor) para a compreensão da complexidade do consumo como um fenômeno social e cultural. Em segundo lugar, o fato de que o rural, e também o jovem rural, é estudado, principalmente, a partir de questões relacionadas ao mundo do trabalho e da produção, negligenciando a forma como os residentes nestes territórios adquirem e manipulam a cultura material para se reproduzir socialmente e construir identidades e relações sociais. E aí voltamos a questão inicial da pesquisa: por que os jovens rurais não são objetos de estudo enquanto consumidores? Por que a forma como manipulam sua cultura material não chama a atenção acadêmica? E por que o consumo é estudado apenas como uma atividade que acontece em espaços urbanos?

Neste contexto, a pesquisa se dedicou a uma análise sobre o consumo e a manipulação da cultura material por jovens de São Pedro da Serra, mostrando a forma como lidam com suas respectivas coisas e com as coisas que desejam, precisam, planejam comprar ou pegam emprestado em seu círculo social. Estivemos atentos para não reforçar reificações conceituais e não cair na armadilha de traçar perfis mercadológicos de consumidores.

A partir da delimitação da área de estudo, nos coube estruturar uma breve base histórica e sociodemográfica do município escolhido – Nova Friburgo/RJ, e, em especial, do distrito de São Pedro da Serra, apresentando aspectos da sua colonização, da sua estrutura social e da sua base socioeconômica.

A metodologia contou com o levantamento de dados, por meio de um questionário socioeconômico, e posterior análise do perfil dos entrevistados. Neste questionário, já pudemos perceber alguns padrões que foram abordados nas entrevistas. No entanto, a necessidade de distanciamento social imposta pela pandemia de Coronavírus nos obrigou a adequar a metodologia, substituindo os grupos focais planejados inicialmente por entrevistas através de plataformas digitais e em número reduzido. Sabemos que quatro entrevistas, por

mais cuidadosas que tenham sido feitas, não nos permitem conclusões amplas, mas apenas apontar elementos iniciais a serem investigados em trabalhos futuros.

Procuramos, nas entrevistas, deixar os jovens a vontade para relatar suas dinâmicas cotidianas e suas relações com as coisas. As entrevistas nos permitiram verificar a organização das compras individuais e de abastecimento da casa, assim como o interesse, a necessidade e a disponibilidade em participar do orçamento familiar, o surgimento de responsabilidades para com os demais membros da casa e as limitações impostas pela dificuldade de mobilidade entre o distrito e o centro do município estudado.

A partir das entrevistas, identificamos quatro categorias que atravessam seus cotidianos: vestuário, tecnologia de comunicação digital, transporte e desperdício. Além de apontar estas categorias analíticas, as entrevistas nos possibilitaram construir uma visão do que caracterizamos como sendo a relação dos jovens entrevistados com o consumo e a cultura material. As entrevistas revelaram, ainda, particularidades na forma com que os jovens rurais lidam com a possibilidade de se fixarem em seu território e como “driblam”, principalmente através das compras pela internet, as limitações impostas por residirem longe dos centros urbanos, que dispõem de mais opções de mercados e preços. Esperamos que esses dados, mesmo que preliminares, possam contribuir para estudos que sejam atravessados por temáticas envolvendo juventudes rurais e as ruralidades como um todo.

Longe de encerrar por aqui as discussões sobre os temas tratados neste trabalho, gostaríamos de deixar evidenciadas algumas possibilidades para a continuidade e aprofundamento das reflexões suscitadas. A relação entre a juventude e as categorias analíticas verificadas nos dá ferramentas importantes para o aprofundamento da temática em possíveis estudos futuros que não se limitem ao consumo e a cultura material, mas que também contribuam para outras áreas de estudo.

Referências Bibliográficas

- APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.
- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Coleção Ciências Sociais Passo a Passo. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2004.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006
- BARBOSA, Livia. Tendências da alimentação contemporânea. In: Pinto, M. de L. e Pacheco, J. K. (Orgs.). *Juventude, consumo e educação*. Porto Alegre: ESPM, 2009, p.15-64.
- BARBOSA, Livia; PORTILHO, Fátima; WILKINSON, John & DUBEUX, Veranise. Trust, participation and political consumerism among Brazilian youth. *Journal of Cleaner Production*. 63, pp. 93-101, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. *Outline of a Theory of Practice*. Vol. 16. Cambridge university press, 1977.
- BOURDIEU, Pierre. A “juventude” é apenas uma palavra. In: Bourdieu, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, p. 112-121
- BOURDIEU, Pierre. Esboço de uma Teoria da Prática. In: ORTIZ, Renato (Org.). *A sociologia de Pierre Bourdieu*. Editora Ática, São Paulo, 2000, p.39-72
- BOURDIEU, Pierre. Espaço social e poder simbólico. In *Coisas Ditas – São Paulo: Brasiliense, 2004*.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São. Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa. Elementos para o Debate Acerca do Conceito de Turismo Rural. *Revista Turismo em Análise*, v. 21, n. 1. 3-24, 2010.
- CARNEIRO, Maria José. Ruralidade: novas identidades em construção. *Anais do XXXV Congresso da Sociedade Brasileira de Sociologia e Economia Rural*. Natal, 1997.
- CARNEIRO, Maria José. O ideal rurbano: campo e cidade no imaginário de jovens rurais. *Mundo Rural e Política*. Rio de Janeiro: Ed. Campus/Pronex, 1998.
- CARNEIRO, Maria José. Juventude rural: projetos e valores. In: ABRAMO, Helena Wendel; BRANCO, Pedro Paulo Martoni. *Retratos da juventude brasileira*. São Paulo, Instituto Cidadania e Editora Fundação Perseu Abramo, 2005, p. 243 - 261.
- CARNEIRO, Maria José. Tipologias e significados do “rural”: uma leitura crítica. In: Leite, Sergio Pereira e Bruno, Regina (Orgs.). *O rural brasileiro na perspectiva do século XXI*. Rio de Janeiro: Garamond, 2019, p. 43-58.
- CARUSO, Marina; MORAES, Rita e VANUCCHI, Camilo. *Ter ou não ser. Amantes de novidades e ansiosos por auto-afirmação, os adolescentes se firmam como grande força consumidora*. *Revista IstoÉ*, N. 1870, ago. 2005. Disponível em: http://www.istoec.com.br/reportagens/8815_TER+OU+NAO+SER?pathImagens=&path=&actualArea=internalPage>. Acesso em: 19 mai. 2010

- CASTAÑEDA, Marcelo. Teorias das práticas na análise do consumo. *Ciências Sociais Unisinos*, v. 46, n. 3, 2010, p. 248-255.
- CASTRO, Elisa Guaraná de. *Processos de construção da categoria Juventude Rural como ator político: participação, organização e identidade social*. 26ª Reunião Brasileira de Antropologia, Porto Seguro - Bahia, 2008.
- CASTRO, Elisa Guaraná de. *Os jovens estão indo embora? – Juventude rural e a construção de um ator político*. Rio de Janeiro/Seropédica, Mauad X/EDUR, 2009.
- CASTRO, Elisa Guaraná de. *Entre Ficar e Sair: uma etnografia da construção social da categoria jovem rural*. Rio de Janeiro, Contra Capa, 2017.
- DELEUZE, Giles. & GUATTARI, Felix. *O que é a filosofia*. São Paulo, Editora 34, 2004
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: por uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 2009.
- DURSTON, John. *Juventud y desarrollo rural: marco conceptual y contextual*. Comissão Econômica Para a América Latina (CEPAL), Série: Políticas Sociais, 28. Santiago, 1998.
- FERREIRA, Alberto Buarque de Holanda. *Novo dicionário da língua portuguesa*. 3ª edição. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. 1999.
- GATTI, Bernadete Angelina. *Grupo focal em pesquisa em ciências sociais e humanas*. Brasília: Liber Livro, 2005.
- GIDDENS, Anthony. *A constituição da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 1984. 458p.
- GIDDENS, Anthony. *Política, sociologia e teoria social*. Unesp, São Paulo, 1997.
- GOODMAN, David & DUPUIS, Melanie. *Knowing food and growing food: Beyond the production-consumption debate in the sociology of agriculture*. *Sociologia Ruralis*. Volume 42, Issue 1, pages 5–22, January 2002.
- HARVEY, David. *A Loucura da Razão Econômica: Marx e o capital no século XXI*. Boitempo Editorial, 2017.
- HAYASHI, Maria Cristina; HAYASHI, Carlos Roberto; MARTINEZ, Cláudia Maria. *Estudos sobre jovens e juventude: diferentes percursos refletidos na produção científica brasileira*. *Educação, Sociedade & Culturas*. Porto, n. 27, p. 131-154, 2008.
- IBGE. Censo: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/nova-friburgo/panorama>. 2018.
- KEYNES, John Maynard. *Teoria geral do emprego, do juro e da moeda*. Saraiva Educação SA, 2017.
- KOPYTOFF, Igor. A Biografia Cultural das Coisas: A Mercantilização como Processo. In *A Vida Social das Coisas*, ed. Arjun Appadurai, 89-121. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.
- KUHN, Claudete; BRUMES, Karla Rosário. Juventude rural e relações de gênero: uma breve discussão pela ótica do lazer trabalho e projetos de futuro. *Revista Latino-americana de Geografia e Gênero*, Ponta Grossa, v. 8, n. 1, p. 79 - 103, jan. / jul. 2017.
- KUMMER, Rodrigo e COLOGNESE, Silvio Antônio. Juventude rural no Brasil: entre ficar e partir. *Tempo da Ciência*, Vol 20, N. 39, 2013.
- LATOUR, Bruno. Une Sociologie sans objets? Remarques sur l'interobjectivité. In: TURGEON, Laurier; DEBRAY, Octave. *Objets & Mémoire*. Paris: Presses de l'Université de Laval, 2007

- MALINOWSKI, Bronisław. *Argonautas do pacífico ocidental*. Ubu Editora LTDA-ME, 2018.
- MARX, Karl. *O Capital*. Volume I. Editora Boitempo, São Paulo, 2018.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *Teses sobre Feuerbach*. Cid Editor 2000.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *A sagrada família*. São Paulo, Boitempo Editorial, 2011
- MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. Vol. II. São Paulo: Edusp, 1974.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. <https://www.gov.br/mec/pt-br>. 2017
- MENASCHE, Renata e WEDIG, Josiane. Entre o campo e a cidade: o lugar do consumo na mobilidade material e simbólica dos jovens rurais. In: PINTO, M. L. & PACHECO, J. K. (Orgs.). *Juventude, Consumo & Educação 2*. Porto Alegre: ESPM, 2009.
- MILLER, Daniel. *Material culture and mass consumption*. Oxford: Blackwell, 1987.
- MILLER, Daniel. Coca-cola: a black sweet drink from Trinidad. In: MILLER, D. (Ed.). *Material cultures*. London: UCL Press, 1997, p. 169-187.
- MILLER, Daniel. *Material Cultures: why some things matter*. London, UCL Press, 1998.
- MILLER, Daniel (Ed.). *Home possessions*. Oxford: Berg, 2001.
- MILLER, Daniel. Could the Internet de-fetichise the commodity? *Environment and Planning*, v. 21, n. 3, 2003, p. 359-372.
- MILLER, Daniel. *Teoria das compras: o que orienta a escolha dos consumidores*. São Paulo, Editora Nobel, 2002.
- MILLER, Daniel. *Consumo como cultura material*. *Horizonte Antropológico*, Vol.13, N.28, 2007, p.33-63.
- MILLER, Daniel. *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre cultura material*. Rio de Janeiro, Editora Zahar, 2013.
- NATAL, Caroline. Beserra. O turismo rural na região serrana fluminense: Um estudo de caso – São Pedro da Serra. In: MARAFON, G. J.; RIBEIRO, M. A. (Org.). *Revisitando o território fluminense*. Rio de Janeiro: NEGEF, 2003, p. 169-185.
- PETERS, Gabriel Moura. Percursos na teoria das práticas sociais: *Anthony Giddens e Pierre Bourdieu*. *Sociedade e Estado*, v. 21, n. 2, p. 578-579, 2006.
- PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. *Modelos Econométricos e Previsão Econômica*. Boston, Irwin, 1998
- PRATT, Andy C. Discourses of Rurality: Loose Talk or Social Struggle? *Journal of Rural Studies*, Vol. 12. No. 1, 1996, p. 69-78.
- REIS, Patricio. *Juventude e Consumo: Tecnologia é a Preferência dos Adolescentes*. Disponível em: <http://revistaeu.blogspot.com.br/2012/11/juventude-e-consumo-tecnologia-e.html>. Acesso em: 28 de julho de 2018.
- SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2003.
- SANDRONI, Paulo. *Novíssimo dicionário de economia*. Editora Best Seller, São Paulo, 2014.
- SANTANA, Ana Carolina; SOUZA, Mirella Caetano. O turismo rural como estratégia de sustentabilidade da agricultura familiar. In: *Seminário sobre Sustentabilidade*, Curitiba, 2010.

- SARRIERA, Jorge Castellá, CÂMARA, Sheila Gonçalves & BERLIM, Cynthia Schwarcz (2006). *Formação e orientação ocupacional: manual para jovens à procura de emprego*. Porto Alegre: Sulina.
- SCHUMPETER, Joseph A. *Teoria do Desenvolvimento Econômico: Uma Investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico*. São Paulo, Editora Nova Cultura, 1997.
- SIMMEL, Georg. *The Philosophy of Money*. Routledge, 2004.
- STROPASOLAS, Valmir Luiz. Juventude Rural: uma categoria social em construção. *Anais do XII Congresso Brasileiro de Sociologia*. GT22: Sociologia da Infância e Juventude. Belo Horizonte, SBS, 2002.
- TAMBIAH, Stanley Jeyaraja. *Culture, Thought and Social Action. An Anthropological Perspective*. Cambridge, Cambridge University Press, 1985.
- TAVARES, Maria da Conceição. *Da substituição de importações ao capitalismo financeiro*. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1972
- VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- WACQUANT, Loïc.; BOURDIEU, Pierre. *Réponses – pour une anthropologie réflexive*, Éditions du Seuil, 1992
- WARDE, Alan. Consumption and theories of practice. *Journal of consumer culture*, v. 5, n. 2, p. 131-153, 2005.
- WEISHEIMER, Nilson. *Juventudes rurais: Mapa dos estudos recentes*. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2005.
- WEISHEIMER, Nilson. Sobre a invisibilidade social das juventudes rurais. *DESIDADES: Revista Electrónica de Divulgación Científica de la Infancia y la Juventud*, v. 1, n. 1, 2013, p. 22-27.

Anexos

Anexo I – Questionário Socioeconômico

Cultura Material e Juventude Rural

Pesquisador: Lucas Ramos dos Santos
Professora Responsável: Fátima Portilho

NOME: _____

RG: _____ DATA NASC. ____/____/____

IDADE: _____

END: _____ BAIRRO: _____

CEP: _____ NASCEU EM: _____

TEMPO QUE MORA (OU) EM SÃO PEDRO DA SERRA: _____

TEL: _____

CEL: _____

Nome do chefe da casa: _____

Profissão do/a chefe: _____

Instrução do/a chefe da casa: _____

Automóvel: _____

Marca/Ano: _____

P.1). Você Possui:

SIM

NÃO

Câmera Fot. Digital

()

()

Smartphone

()

()

Notebook

()

()

Internet Banda Larga

()

()

P.2). Sexo:

Masculino () Feminino () Outro ()

P.3) Qual o seu estado civil? _____

P.4) Com quem você mora?

1	Pais	6	Cônjuge
2	Pais e irmãos	7	Cônjuge e filhos
3	Pai e madrasta / mãe e padrasto	8	Namorado(a)
4	Avôs, tios etc.	9	Sozinho(a)
5	Outros familiares	10	Amigos

P.5). Você tem filhos?

Sim () Não () **QUANTOS:** () **Quantos morando em casa?** ()

P.6). Qual a sua escolaridade: _____

P.6A) E a escolaridade do seu pai: _____

P.6B) E a escolaridade da sua mãe: _____

P.7). Qual a sua profissão / ocupação:

P.7A) E a ocupação do seu pai:

P.7B) E a ocupação da sua mãe:

P.8). Qual a sua atividade hoje?

Estuda () Trabalha e Estuda () Só trabalha () Nem Estuda e Nem Trabalha ()

OUTROS: _____

P.9). Qual a sua renda mensal individual?

1. Até 1 salário mínimo ()
2. De 1 a 2 salários mínimos ()
3. De 2 a 3 salários mínimos ()
4. Mais que 3 salários mínimos ()

P.10) Você sabe qual a renda mensal bruta de sua família? (dos pais?)

1	Sim CONTINUE	2	Não PULE PARA A P.12
---	---------------------	---	-----------------------------

P.11). E qual é a renda mensal bruta de sua família?

1	Até R\$ 2.000,00
2	Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 5.000,00
3	Entre R\$ 5.001,00 e R\$ 8.000,00

P.12). Você é responsável pelas compras de algum produto ou pagamento de alguma conta (água, luz, telefone, internet) para a sua casa ou família?

1	Sim	2	Não
---	-----	---	-----

P.13). Quais categorias de produtos você é responsável pela compra na sua casa?

1	Roupas	5	água
2	Calçados	6	luz
3	Eletrônicos	7	telefone
4	Comida	8	Internet
Outros. ANOTE:			

P.14). Quais são as categorias de produtos que você compra para você?

1	Roupas	3	Eletrônicos
2	Calçados	4	Comida
Outros. ANOTE:			

P.15). Quando você deseja comprar alguma coisa, você busca informação sobre esse produto ou serviço através da internet?

1	Sim	2	Não
---	-----	---	-----

Anexo II – Roteiro da Entrevista

A – Apresentação

- Breve apresentação do entrevistador: trajetória acadêmica; trajetória pessoal.
- Apresentação da pesquisa: o objetivo geral da pesquisa é analisar a vida cotidiana dos jovens rurais de São Pedro da Serra.
- Apresentação do entrevistado: nome, idade, ocupação, onde nasceu, onde mora atualmente, quantas pessoas moram em sua casa (incluir o grau de parentesco), escolaridade.
- Explicação da técnica e da dinâmica: não há certo e nem errado; nem queremos consenso entre nossas opiniões; o que interessa é conhecer a opinião sincera de cada um/a de vocês
- Explicação da metodologia do registro da entrevista: informar sobre a gravação da conversa para que as falas possam ser recuperadas e transcritas para o trabalho, dando ainda mais legitimidade aos relatos.

B – Questões subdividas em 04 blocos

1. Relacionadas à cultura material (pessoal e coletiva) e à manipulação dos bens:

Lembrar: cultura material é uma categoria acadêmica e não deve ser mencionada na entrevista de forma explícita em forma de questionamentos aos/as entrevistados/as. Também é importante explorar algum item que recorrentemente apareça na conversa.

Começar a entrevista perguntando o número de pessoas que moram em sua casa, observando que os números devem variar, e abordar as vantagens e desvantagens de morar o número “x” de pessoas apresentado. Nesse momento temos de observar as questões sobre o compartilhamento das coisas, sobre empréstimos de seus pertences e sobre algumas coisas que eles NAO gostam de emprestar e nem pedir emprestado. Logo após:

1.1. Roupas:

Existe alguma roupa específica para trabalhar? Para ir à igreja? Para festas? Para dormir e ficar em casa? Falar sobre as peças de roupa que possui e quais são as que mais e as que menos gostam.

1.2. Outras coisas (livros, jogos, celular etc.):

Observar quais dessas coisas são mencionadas e aproveitar para ver como os/as jovens têm acesso a essas coisas – onde compram, se ganharam dos pais, presente de alguém do círculo social etc.

1.3. Informações:

- Onde busca informações sobre as coisas que compram?

1.4 Planejamento de Compra:

- Como fazem para planejar a comprar de algo de que precisam ou desejam?

2. Relacionadas à sociabilidade

- Quais as atividades que dão prioridade em seu tempo livre?
- Como é o convívio com pais, namorados/as, amigos/as?

3. Relacionadas às formas de participação no orçamento doméstico

- Há alguma participação sua no orçamento de sua família?
- Se não, há vontade de fazer parte?

4. Relacionadas às práticas de consumo e de compra

Nesse ponto, podemos voltar às questões relacionadas ao planejamento de compra de coisas que desejam ou precisam, expostas no item **1.**, **aproveitando para aprofundar as idas ao centro de Nova Friburgo.**

Além de explorar o nível de compras pela internet, se há compras em mercados locais, se já doaram algo a alguém e se já receberam presentes. E solicitar que conte sobre algum presente, em específico, que gostou bastante e um que não tenha gostado.

- Você sente que sofre alguma influência quanto ao que compra?
- Sofre alguma restrição a algo que comprou, compra ou gostaria de comprar?
- Já comprou algo que se arrependeu? Explique
- Já se sentiu pressionado a comprar algo?
- E já se sentiu estimulado a **NÃO** comprar alguma coisa?
- Pra você, o que é desperdício? Como você lida com o desperdício? (diversos itens podem aparecer, como água, energia, alimentos etc.)

C – Encerramento

No encerramento, devemos perguntar se “há algo que esqueceu e gostaria de mencionar?”

Logo após, agradecer a disponibilidade e a paciência e encerrar a entrevista.