

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
CURSO DE PEDAGOGIA

JULIANA RODRIGUES ALVES

**EDUCAÇÃO NOS ESPAÇOS URBANOS:
O FENÔMENO "ROLEZINHO"**

MARINGÁ

2015

JULIANA RODRIGUES ALVES

**EDUCAÇÃO NOS ESPAÇOS URBANOS:
O FENÔMENO "ROLEZINHO"**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Pedagogia da Universidade Estadual de Maringá (UEM), como requisito parcial para a obtenção do título de Licenciado em Pedagogia.

Coordenação: Profa. Dra. Aline Lunardelli.
Profa. Francine Marcondes. Prof. Samilo Takara

Orientação: Prof. Dr. Raymundo de Lima.

MARINGÁ

2015

JULIANA RODRIGUES ALVES

EDUCAÇÃO NOS ESPAÇOS URBANOS:

O FENÔMENO "ROLEZINHO"

Artigo apresentado à Universidade Estadual de Maringá como requisito parcial para obtenção do Título de Pedagogo, sob orientação do Professor Dr. Raymundo de Lima.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Raymundo de Lima (orientador)
Universidade Estadual de Maringá

Profa. Dra. Marta Lúcia Croce
Universidade Estadual de Maringá

Prof. Ms. Gilmar Alves Montagnoli
Universidade Estadual de Maringá

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me dar coragem e força para prosseguir em minha árdua caminhada acadêmica.

Aos meus pais Gilvan e Vera que estiveram sempre presentes me dando todo o apoio, e por mostrarem que de meus objetivos deveriam ser alcançados com segurança.

Ao meu irmão, que escutou por longas noites a minha leitura em voz alta, que incomodava seu sono, mas foi por um objetivo maior que seu descanso.

Aos meus amigos Michelle e Paulo Henrique por acreditarem em mim, e sempre me incentivaram, e que sempre compreenderam as minhas ausências, por causa das minhas loucuras acadêmicas.

As minhas companheiras de trabalho, Elta, Suzi, Lilian, Bianca e Janisse, que por meio da amizade demonstraram quanto são especiais, espero que essa relação fraterna dure por anos.

A minha diretora Aline Belincanta por compreender a importância dos meus estudos e sempre me estender a mão quando precisei.

Ao meu orientador Professor Raymundo pelo tempo gasto me ajudando e pesquisando juntamente comigo um tema de suma complexidade.

A banca examinadora professora Marta e professor Gilmar, por dedicarem seu tempo a ler com carinho e atenção o trabalho.

Aos meus alunos do Centro de Educação Infantil Dulce Telles Ferreira, por me ensinar a cada dia ser uma pessoa melhor.

A todos, muito obrigada!!!

*"A educação sozinha não
transforma a sociedade, sem ela
tampouco a sociedade muda."*

Paulo Freire

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo investigar o novo fenômeno social-urbano denominado “rolezinho”; onde jovens segregados protagonizaram mobilizações ligadas à realidade das camadas médias do país, forçando assim a sociedade à movimentar-se diante de questões como consumo, cultura juvenil e estereótipos sociais. Segundo levantamento bibliográfico e reportagens, um amplo debate se emergiu sobre a compreensão de suas causas e efeitos na sociedade brasileira, bem como a análise dos possíveis fundamentos educacionais e de civilidade impostos em determinados espaços urbanos, por exemplo, os shoppings centers.

Palavras-chave: Rolezinho. Segregação social. Espaço Social-Urbano. Educação social. Shopping Centers.

ABSTRACT

This study aims to investigate the new social -urban phenomenon called "rolezinho"; where young segregated staged demonstrations linked to the reality of the middle class of the country, thus forcing the company to move on issues such as consumption, youth culture and social stereotypes. According to literature survey and reportings, since a broad debate has emerged about understanding its causes and effects on the Brazilian society as well as the analysis of possible educational foundations and civility taxes in certain urban areas, for example, the shopping centers.

Keywords: Rolezinho. Social Segregation. Social Urban Space. Social Education. Shopping Centers.

1 INTRODUÇÃO

Com tantas mudanças sociais e avanços tecnológicos acontecendo no mundo contemporâneo, podemos imaginar que ambos abordam de modo distinto as expressões humanas. Um fenômeno social como o “rolezinho”, com o seu aparecimento em 2013, causou reações desmedidas no aparato de segurança, confusão nas informações da imprensa, esclarecimento inconsistentes dos especialistas convocados para explicar, e até reação de pânico e paranoia na sociedade. Algumas dessas alterações nos espaços públicos fechados são vistas nos fenômenos sociais novos e imprevisíveis, que causam reações diversas: espanto, repúdio, simpatia, debates na sociedade. Nesse sentido, há que se pensar também, os efeitos educativos destas alterações ou novas formas de convívio urbano principalmente dos jovens.

O fenômeno “rolezinho” ganhou repercussão na mídia nacional e internacional, por meio da televisão, revistas, jornais, sites, etc: “Mais de 6 mil jovens invadem shopping em Itaquera-SP”, alardeou a imprensa. Ou seja, utilizando um pensamento a priori, possivelmente preconceituoso, alguns meios de comunicação associaram o “rolezinho” como sendo “arrastão” (fenômeno social produzido nas praias do Rio de Janeiro, com vários jovens agindo de modo delinquente). Ou seria um flash mob local?(Aglomeracão instantânea de pessoas em um determinado lugar para realizar uma determinada ação, previamente combinada via e-mails ou outros meios de comunicação social).

Também a comunicação midiática associou os “rolezinhos” aos pobres da periferia das grandes cidades invadindo os shoppings centers, possivelmente apenas para se divertir namorar, autopromoção de alguns considerados “famosinhos”, ou simplesmente aspiravam se encontrar num espaço público considerado um espaço próprio da classe média.

Alguns especialistas da sociologia, antropologia urbana, psicólogos sociais e psicanalistas, tentaram compreender esse fenômeno social ou explicar o por quê desses encontros de adolescentes e jovens em grandes shoppings. Especialistas e não especialistas deixaram escapar ora preconceito, ora simpatia. Alguns se posicionaram a favor da exclusão destes jovens dos

espaços públicos-privados, outros se posicionaram contra a expulsão deles dos lugares mencionados ou eram a favor do direito constitucional dos jovens de ir e vir.

A ação de os jovens se encontrarem em locais frequentados apenas pela elite consumista, agrega a ideia de que eles, ao dividirem o mesmo espaço que a sociedade lhes nega, não buscam aderir o mesmo estilo de vida dos frequentadores “burgueses”, mas sim eles expressam sua autoafirmação, com valores, linguagens, costumes de sua origem; e deste modo é que eles querem ser vistos e verem.

O *shopping center* é a marca registrada do consumismo nos dias atuais, sendo capaz de confortar angústias e de completar o vazio na vida social dos indivíduos. Mas será que o símbolo do regime capitalista, que oferece o direito de consumo e lazer somente a uma pequena parcela da população, é um lugar urbano ideal? (PADILHA, 2006).

É nestes espaços aburguesados que a desigualdade social se instala, em nosso país; um dos grandes fatores responsáveis pela desigualdade social é a falta de acesso a uma Educação de qualidade. A educação perde o espaço por ineficiência do sistema, já que uma boa educação custa caro. A heterogeneidade está instalada, exposta, escancarada em nossa sociedade. Esses rapazes e moças, possivelmente se sentindo um ascendente à ‘classe média’, sem espaços de lazer ou mesmo de consumo no seu espaço de origem, estariam se sentindo agora no direito a inclusão nos demais espaços da cidade. Mas seus hábitos, modos de vestir, de falar, seu gosto musical, seriam aceitos fora da periferia? Noutros termos, sua educação seria suficiente e adequada aos espaços frequentados pela classe média alta, por exemplo, os shoppings?

Por ser um acontecimento recente [2013-15], o rolezinho pode gerar controvérsias inclusive no debate acadêmico. Em uma sociedade extremamente egoísta e segregacionista, apesar do discurso da inclusão e de aceitação das diferenças, abordar sobre um novo fenômeno social pode representar ousadia e também um risco.

A sociedade frente a esses acontecimentos tende a usar medidas discriminatórias, para impedir os jovens de conquistarem um lazer digno. O fato de

esses jovens serem de periferia produz uma dúvida: será que se fossem meninos e meninas de classe média alta seriam impedidos de entrar em um shopping?

Alguns especialistas esclarecem que esse novo movimento urbano é um ato político, um socorro para mais cidadania, cujo intuito seria ampliar a inclusão, sobretudo um pedido de assistência para o sistema político já existente.

Ao impedir esses jovens do direito de frequentar um lugar privado, ou até agredi-los, faz com que os seguranças que foram treinados para proteger o patrimônio privado passem por cima de alguns direitos dos cidadãos, tais como: o direito de ir e vir, direito de não receber tratamento desumano ou degradante, direito de liberdade de expressão artística, direito de consumir, entre outros.

Parece que esses jovens expressam o grito de um seguimento da sociedade; buscam consumir aonde a sociedade diz ser o padrão melhor para o consumo. Parece que os atores do rolezinho são favoráveis ao modelo capitalista de consumo, pois demonstram desejo de ser como “eles, os burguesinhos”, ou seja, ostentam tênis, bonés, camisetas de marcas famosas. Às vezes, esses jovens parecem exagerar na ostentação da riqueza: desfilam com joias caras no corpo e carros de marcas famosas. Portanto, tentar compreender porque tal estilo nas grandes cidades é imperioso também no campo educacional, visível inclusive nas escolas e alguns cursos de nível superior.

Desse modo, buscamos entender o fenômeno rolezinho, sua origem, finalidade, e fatores ligados à educação nos espaços urbanos, sobretudo nos shoppings.

2 BREVE HISTÓRICO DO “ROLEZINHO”

O fenômeno rolezinho não é algo recente, talvez para mídia seja, já que sempre foi mais interessante anunciar corrupções nos governos do que abordar questões sociais mais abrangentes e complexas.

O primeiro movimento rolezinho, aconteceu no Brasil em meados de 2000, porém ainda não ganhara o nome em questão, mas apresentava a mesma organização. No documentário Hiato (2008), podemos assistir pessoas “sem teto” e moradores da favela ocupando um shopping da Zona Sul, do Rio de Janeiro. Nas

imagens, é possível ver os manifestantes movimentando-se pelo shopping, pesquisando preços, observando objetos, sendo mostrado que toda ação apresentava uma configuração pacífica. Porém, do lado de dentro das lojas, vendedores amedrontados procuram proteger suas mercadorias, fecham as portas, discriminam os que já são discriminados. O fenômeno social foi filmado e ganhou destaque e respaldo da imprensa nacional.

Após 13 anos o mesmo é chamado de “rolezinho”. A cidade de São Paulo passa a conviver com cerca de 6 mil jovens, com idade entre 14 e 17 anos, que se reuniram com a finalidade de ouvir funk no estacionamento do Shopping Metrô no dia 07 de dezembro, no ano já citado. Por meio de um site de relacionamento eles se convidam para os encontros, em local e hora combinados. Quando os seguranças começaram a perceber que o número de jovens era extraordinariamente grande, decidiram então dispersar toda a garotada para fora, porém, como diz o ditado o “tiro saiu pela culatra”, pois os jovens em vez de sair do shopping, adentraram no estabelecimento; pessoas fazendo compras se apavoraram, pois imaginavam que a movimentação dos jovens seria um arrastão com finalidade delincente. Assim, uma grande desordem se instalou em algumas localidades, e foi assim que o rolezinho ganhou fama e conhecimento entre os brasileiros. Depois disso outros encontros foram marcados no mesmo mês do primeiro rolezinho, no dia 14, no shopping Internacional de Guarulhos, dia 21 shopping Campo Limpo e no dia 22 shopping Interlagos.

Diante desse “caos” noticiado pela imprensa, os shoppings se mobilizaram por meio de ações judiciais para impedir tais encontros. Porém, analisando de outra vertente essas reações violam o direito do cidadão, por exemplo, o direito de ir e vir, e o direito a liberdade, esse último é violado quando esses cidadãos são impedidos de adentrar e permanecer dentro de um espaço público ou privado-público.

Também críticas a nova forma de mobilização grupal inspirou uma companhia de teatro brasiliense a montar uma peça “Bonde dos Ratinhos”, comédia satírica, com o enredo Infanto-juvenil. A história aborda a diversão de três ratinhos que decidem dar um “role” no shopping, mas são barrados pelos ratos-seguranças que os avisam que eles não podem ficar no local, já que o shopping não é um local para roedores. Com essa temática a peça aborda de uma forma humorada o preconceito racial e social.

Partindo dessa ideia de mobilização, o rolezinho ainda ganha espaço na sociedade, porém com outros propósitos, que é o caso do “rolezinhos do bem”, onde campanhas são feitas no facebook, para convidar um número elevado de pessoas, a fim de promover campanhas muitas vezes solidárias como, doação de sangue, alimentos, roupas, feiras culturais, entre outras.

3 QUEM SÃO ESSES JOVENS?

Os jovens frequentadores dos “rolés” fazem parte da classe C, grupo esse que configura o desenvolvimento e fortalecimento da classe média brasileira. São jovens que frequentam os shoppings centers, frutos daqueles que melhoraram a vida no decorrer dos anos, personagens coadjuvantes da ascensão social brasileira.

Seja do ponto de vista da distribuição de renda, da diminuição de pobreza, ou do crescimento do emprego e da formalidade no mercado de trabalho, a última década trouxe melhorias significativas para uma grande parte da população brasileira. Diante de dados como esses, como já tivemos a oportunidade de mostrar, alguns autores vêm defendendo a ideia de que estaria se desenvolvendo no Brasil, como resultado dessas melhoras, uma expansão da classe média. (SCALON; SALATA, 2012, p.388).

Quando assistimos reportagens que retrata as ditas “invasões”, percebemos o quão sensacionalista e preconceituosa é a mídia; os jovens recebiam rótulos de “pobres da periferia e negros”. Parece que o termo “pobre” visando estigmatizar adolescentes que utilizam ipod, ipad e nootbooks, em encontros nos shoppings, não fazia sentido. Embora esses jovens portam objetos que “a elite branca” usa (roupas de grifes), são vistos como “da periferia”, pois eles trazem uma estética e gostos estranhos e extravagantes a estes espaços privados-públicos, tais como: ouvem funk ostentação (musicas que elevam ao consumo), usam colares pesados, roupas vistosas, etc. Alguns se produzem de tal forma que se tornam celebridades em seu grupo ou comunidade, são chamados “famosinhos”, (destaque em redes sociais, pela ostentação).

Para a Psicologia do Desenvolvimento, é constitutiva do comportamento adolescente a tendência grupal, em que “há um processo de superidentificação em

massa, onde todos [do mesmo grupo] se identificam com cada um” (ABERASTURY; KNOBEL, 1981, p. 36)¹.

Contudo, como a adolescência é uma fase de transição, esse novo módulo faz com que esse jovem passe agora a se importar com o grupo que constitui, já que ficar com os pais é “careta”. Para jovens, os pais não fazem parte da condição cultural que os amigos trazem como bagagem, essa condição auxilia na construção da identidade e na auto-estima, então vale ressaltar que andar em grupo em um espaço privado, para os adolescentes, não é baderna ou algazarra, é próprio desta fase de desenvolvimento psicossocial. Ou seja, o adolescente, seja rico ou pobre, faz um estilo próprio ao se desenvolver afetiva, emocional e intelectualmente, para vir-a-ser adulto.

O aperfeiçoamento das funções intelectuais possibilita ao indivíduo ser cada vez mais independente de suas ideias, em suas teses e em julgamentos. Isso, não obstante, não se aplica ao círculo social ao qual ele se vincula voluntariamente. O adolescente se sente muito preso ao grupo e, mais ainda, se for o caso, aos seus amigos. (MORA, 2008, p.408).

Os jovens afirmam essa bagagem cultural não apenas com o grupo que se identificam, mas também com o território que estão inseridos. Assim, utilizar o espaço shopping, pensando além do consumo faz com que esses adolescentes marquem vínculos sociais, pois permanecer em um local que ostenta poder e dominação configura uma nova realidade, orientada para a superação da “crise normal adolescente”.

Proibir a entrada de uma determinada classe em um local, é fazer com que se “desterritorialize” esse grupo, é permitir que tenham sua cultura e origens negadas, já que a ocupação desses locais são tidas como suspeitas, pois estarem nesse espaço, faz a ordem ser

¹ Os psicanalistas argentinos Arminda Aberastury e Maurício Knobel (1981, cap.2) elaboraram a “Síndrome da Adolescência Normal” (sic), que consiste em dez características fundamentais: 1) Busca de si mesmo e da identidade; 2) Tendência grupal; 3) Necessidade de fantasiar; 4) Crises religiosas; 5) Deslocamento temporal (consiste em unir o passado e o futuro num presente totalizante. Parece que o seu tempo é apenas o presente: “Eu tenho tempo! O exame é somente amanhã!”); 6) A evolução psicosexual: desde o auto-erotismo até a heterossexualidade; 7) Atitude social reivindicatória (necessidade imperativa de contestação, que alguns casos se aproxima de atos semelhante a psicopatia, isto é, quando ele revela insensibilidade ou de empatia, ou ausência de autocrítica ou sentimento de responsabilidade-culpa); 8) Contradições sucessivas em todas as manifestações da conduta; 9) Separação progressiva dos pais; 10) Constantes flutuações do humor e do estado de ânimo. Ainda, os autores observam que a adolescência é essencialmente um período de “crise normal” (sic), em que três tipos de lutos próprios desta fase: luto pelos pais, luto pelo corpo infantil e o luto pelas formas infantis de relação humana (papel e identidade).

alterada e amedronta os escolhidos clientes “desejados”. (LEA; LIMA; REIS, 2014 , p.30).

Pensar nessa relação dos jovens com a mobilização “rolezinho” implica compreender o movimento, suas distintas histórias, conflitos, culturas, alianças, entre outros. O rolezinho é uma mobilização utilizada pelos jovens como forma de domínio do espaço físico tornado domínio simbólico, porém de forma contraditória, pois esta manifestação pode integrá-los as outras realidades sociais, como também, pode a excluí-los. Ou seja, o movimento do grupo nestes espaços pode ajudar no desenvolvimento da identidade deles, desde que cada indivíduo ou cada grupo consiga ser resiliente² aos atos de exclusão; dar o rolé em um número elevado de jovens faz com que alguns locais recusem esses sujeitos, que são parte integrante da sociedade.

4 O CONSUMO, CONSOME-TE

Os jovens de nossa época estão cada vez mais consumistas. Podemos dizer que hoje o consumo desenfreado os consome, através da compra de roupas de grife, tênis de grife, celulares de última geração, novas modas em geral. O desejo por objetos é mais pelo que eles representam do que pela necessidade. Ou seja, o fetiche de ostentar marcas famosas é um elemento de identificação e bem simbólico próprio do “parece ser” e não do “ser”. Os jovens da periferia vistos como segregados da sociedade, porém também são consumistas, nunca foram problema para os comerciantes, pois o importante para estes é vender, seja para quem for; e existe também a questão da propaganda gratuita, pois esses jovens têm muitos seguidores em suas redes de relacionamento, e para conseguir mais seguidores existe um grande investimento para atraí-los.

O desejo de possuir principalmente bens leva a produção nesse sentido, porém quando não se consegue consumir há uma grande probabilidade de levar este público à frustração e a reação de revolta. Por que uma jovem gasta um salário

² “Resiliência” é um conceito emprestado da física pela psicologia contemporânea, que aponta para “a capacidade que alguns indivíduos apresentam de superar as adversidades da vida” (TABOADA; LEGAL; MACHADO, 2006).

ou até mais em um tênis de marca? Seria apenas para exibí-los? A quem este tênis é mostrado como supervalor simbólico?

Na linguagem corriqueira, consumir costuma ser associado a gastos inúteis e compulsões irracionais. Esta desqualificação moral e intelectual se apoia em outros lugares comuns sobre a onipotência dos meios de massa, que incitariam as massas a se lançarem irrefletidamente sobre os bens. (CANCLINI, 2005, p.51).

O consumismo entre os jovens da periferia de São Paulo tornou-se cada vez mais evidente, por causa do estilo denominado “ostentação”, principalmente com o funk, que difunde o consumo de um estilo de vida de ‘glamour’: cujas roupas, calçados, carros, bebidas, colares, são usados com ostentação de “parece ser” e de “poder”. Assim, para fazer parte do estilo rolezeiro o “Mano” deve vestir boné aba reta, cabelo com gel arrepiado, corrente no pescoço, camiseta Hollister, bermuda ou calça jeans Saruel, tênis Mizuno, Nike ou Adidas. Já as “Minas” do Rolé deve vestir: blusinha bad cat, chapinha no cabelo, maquiagem carregada, shorts curtos ou calça legging, sapato melissa, e até mesmo os jovens usam do aparelho ortodôntico, por geralmente falsos, porque a maioria não tem necessidade de usar tal aparelho. É por meio desse culto ao corpo e à aparência, que:

A corpolatria³ presente na Modernidade está apoiada em uma diversidade de aparatos – máquinas, produtos, técnicas – ligados aos cuidados e à manutenção de uma aparência padronizada a partir dos ditames de certos setores produtivos, como é o caso da indústria da moda. Procura-se assim, imprimir ao corpo características inusitadas, rótulos, marcas que o ligam muito mais a um sistema mercadológico do que a um pertencimento cultural. (PINTO, 2006, p.2).

Por meio desse gasto desenfreado, há um apontamento que nos mostra que a busca de igualdade entre classes é uma concepção errônea, já que ao consumir o

³ “Culto exacerbado ao corpo envolvendo uma combinação de exercícios físicos, cuidados dietéticos e intervenções estetizantes sobre o corpo – inclusive cirúrgicas – visando a mais beleza, mais juventude, mais intensidade, mais saúde, mais vida. A corpolatria, como culto exagerado ao corpo, é correlativa do narcisismo: individualismo exacerbado, constituindo características culturais e subjetivas marcantes do nosso tempo. (FILHO, TRISSOTO, 2008)

que a classe alta consome o jovem da periferia não se iguala a essa classe, pois a desigualdade econômica e de hábitos ainda vai existir.

Para que se modifique essa “cultura da aparência” precisamos desenvolver em nossos jovens uma educação para o consumo consciente e responsável com predominância do “ser” sobre o “ter”.

Símbolos de uma sociedade que valoriza o espetáculo de consumo de bens materiais e de lazer-mercadoria, de uma sociedade que oferece a uma pequena parte da população o direito a esse consumo e a esse lazer (...) exclui a maioria dessa mesma população (PADILHA, 2006, p. 180).

Essa juventude nos mostra como estamos lidando com o cenário social, cultural, econômico e também político do nosso país, repleto de mudanças abstratas, porém rápidas. Os que hoje estão excluídos, amanhã com orientação necessária e educação estarão devolvendo a sociedade essa oportunidade que receberam de se integrar na mesma não de forma passiva, mas sim, ativada por meio de instrumentos reivindicatórios mais conscientes ou menos alienantes.

5 A CULTURA JUVENIL MAL INTERPRETADA

Os noticiários tendenciosos sobre o rolezinho possivelmente induzem os leitores médios a pensar: “Em vez de ficarem promovendo a bagunça, por que esses jovens não estão em bibliotecas estudando”?

Nesse sentido, é oportuno observar que nas periferias os jovens convivem com pouco ou nenhum lazer adequado a sua faixa etária, para aproveitar melhor o tempo livre. Alguns governos realizaram construção de novos espaços culturais ou de lazer orientado (exemplo: CEUs⁴), todavia esses

⁴ Centro de Artes e Esportes Unificados (CEUs), foram construídos na gestão da prefeita da cidade de São Paulo, Marta Suplicy (entre 2001-2005). São equipamentos públicos voltados à educação criados pela Secretaria Municipal de Educação de São Paulo e localizados nas áreas periféricas da Grande São Paulo. Considerados estabelecimentos educacionais de grande porte com serviços e atividades extra-curriculares (teatro, piscina, creche, quadras poliesportivas), localizados em áreas carentes da cidade, o que foi uma das bandeiras da administração Marta Suplicy. O município de São Paulo conta atualmente (2015) com 45 CEUs onde convivem mais de 120 mil alunos. Posteriormente, os CEUs também passaram a ser uma realização do PAC2 do Governo Federal, que se concretiza através de Convênios. Há três

empreendimentos deveriam ir para além de estruturas arquitetônicas. Ou seja, deveriam antes consultar essa população para repensar como atender a demanda dos jovens tanto na dimensão cultural como educativa.

Primeiramente deveríamos nos ponderar da própria sagacidade desses adolescentes. Se eles se mobilizam e conseguem um público estupendamente alto para esses encontros demonstra que existe uma demanda prioritária ou comum a todos. Talvez até mesmo uma demanda política não consciente. Se os educadores utilizassem dessa mesma estratégia para criar ações que incentiva e valoriza a educação, assim todos estariam se mobilizando para um bem maior que o “rolé”.

É no espaço escolar que esses jovens podem exercitar a diversidade de reflexões. Possivelmente, um ambiente propício como tal exercício elevaria à construção da aprendizagem escolar para além da escola, isto é, para a cidadania. Noutros termos, não deve ser esquecido de acrescentar as experiências que vão além dos muros da escola.

Ninguém escapa da educação. Em casa, na rua, na igreja ou na escola, de um modo ou de muitos, todos nós envolvemos pedaços da vida com ela: para aprender, para ensinar, para aprender-e-ensinar. Para saber, para fazer, para ser ou para conviver, todos os dias misturamos a vida com a educação. Com uma ou com várias Educações. (BRANDÃO, 1981, p. 07).

Essa estrutura de educação fora do espaço escolar chamamos de educação não-formal, ou seja, são situações educativas construídas por meio de atividades culturais. Essa educação não-formal faz com que os jovens resgatem a valorização de si próprios, sem ter a necessidade do consumo para essa autoafirmação.

No que se refere à “educação cultural”, o lazer cultural e educativo também é de responsabilidade pública.

A educação é um típico ‘que-fazer’ humano, ou seja, um tipo de atividade que se caracteriza fundamentalmente por uma

modelos de CEU: o de 700m²; o de 3.000 m²; e o de 7.000 m². é uma realização oriunda do PAC2 do Governo Federal, que se concretiza através de Convênio A Prefeitura de Maringá escolheu o modelo de 3.000 m², localizado em Iguatemi (Cf.; <http://www2.maringa.pr.gov.br/cultura/?cod=espaco/12>). (Fonte: Prefeitura do Município de Maringá e outros sites da internet).

preocupação, por uma finalidade a ser atingida. A educação dentro de uma sociedade não se manifesta como um fim em si mesmo, mas sim como um instrumento de manutenção ou transformação social.” (LUCKESI, 2001, p. 30).

Possivelmente é por falta de espaços e atrativos culturais que os jovens tendem a migrar para os shoppings centrais, ou tendem a permanecer diante de um computador por horas; se eles não tem escolha de acordo com o que lhes é oferecido pelas instituições, resta-lhes a improvisação de ações que visam preencher o tempo livre. .

Portanto, o rolezinho, não deixa de ser um apelo para mais espaços educativos e culturais; esses jovens de forma inconsciente reivindicam mais lazer, educação, cultura, porém fazem isso sem a criticidade e o amadurecimento que realmente a causa pede. Restam também aos profissionais da pedagogia e áreas afins estudos, pesquisas e propostas de políticas para transformar o “tempo livre” (ADORNO, 1995) em “ócio criativo” (DE MASI, 2000; GUERRA FILHO, 200; AQUINO & MARTINS, 2007).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, fica claro que o movimento “rolezinho” ganha diferentes vertentes que vão desde a, simples formação de grupos para diversão, até a possibilidade de conflitos. Problemas como a falta de cultura local, falta de lazer, preconceitos social e racial, consumismo, territorialidade e segregação de classes estão em pauta de análise e discussão sistemática.

O fenômeno rolezinho nos mostra que esses jovens, na sua maioria adolescentes, apesar de serem da classe C, buscam a realização do desejo de formação grupal e consumismo, pois apresentam condições o suficiente para possuir marcas, fortalecendo o rito de se “exibir” ou do momento narcisista que estão convivendo. Esses jovens ultrapassaram o muro da invisibilidade social, que dividia periferia e centro.

Reconhecemos que precisamos analisar a genealogia desse evento, partindo das contradições do capitalismo contemporâneo, principalmente na dimensão analisada por Theodor Adorno (1979) e outros membros da Escola de Frankfurt. O uso de produtos de marcas ou grifes famosas parece legitimar a inclusão social deste público, já que hoje todos possuem meios alternativos para fazer a aquisição de determinados produtos que antes era apenas da camada elitizada da sociedade.

Hoje a integração desse jovem em espaços (shopping centers), não causa apenas repúdio, mas também insegurança aos “riquinhos” que se acham quase-donos destes espaços públicos-privados.

No Brasil existe uma realidade estereotipada em “favelados” ou “da comunidade X”, que com a redução da pobreza, vem alterando os hábitos deste público incluindo também no universo de consumo burguês.

Assim, se a organização social é regida e determinada por uma racionalidade capitalista, e o capitalismo é um sistema essencialmente de contradição e de distinção entre grupos sociais, o espaço urbano sobre o capitalismo reflete contradição e distinção (PADILHA, 2006, p. 36).

Reconhecer que o rolezinho movimentou a sociedade em diversas instâncias é mostrar que esse movimento tem um potencial transformador, não que seja algo de imediato, mas o “chacoalhão” que a sociedade levou e os demais debates que se instaurou já é um bom começo, mesmo que essa temática tragam discursos ocultos e conflitos.

A democratização de espaços públicos-privados ainda é mais um problema do que uma solução que contribui para aquecer que essa distinção de classe ainda nos permeia a permitir que elas nos ronde por muito tempo.

A democratização do espaço público requer a expansão da tolerância e a aceitação de maior indistinção, ou seja, depende da possibilidade de desmontar sistemas de regulação que reproduzem hierarquias, desigualdades e preconceitos arraigados profundamente nos imaginários e práticas cotidianas. A ampliação da tolerância não acontece espontaneamente. (CALDEIRA, 2014, ed. 98 revista Novos Estudos).

Desse modo, o local dos excluídos também abriga práticas sociais que chamam atenção também da alta sociedade, principalmente do chamado mundo artístico e cultural. Podemos identificar o desejo de mudança do público do rolezinho em um trecho da música Rap da felicidade, sucesso na década de 1990, nas vozes dos MCS Cidinho & Doca :

“Eu só quero é ser feliz, andar tranquilamente na favela onde eu nasci. E poder me orgulhar, e ter a consciência que o pobre tem seu lugar” (...)

Essa letra, embora datada em 1995, ainda nos alimenta o desejo de inclusão e até transformação de alguns espaços sociais. A educação escolar também inclui em seus conteúdos este assunto para conscientização e formação da cidadania.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. Tempo Livre. In: **Palavras e sinais**. Petrópolis: Vozes, 1995

AQUINO, Cássio A. B.; MARTINS, José Clerton O. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. **Revista Mal-estar e subjetividade**. Fortaleza, n.2, v.7, set/2007, p. 479-500. Disponível em: [http://www.ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/dcefs/Prof. Adalberto Santos/4-ocio_lazer_e_tempo_livre_na_sociedade_do_consumo_e_do_trabalho_22.pdf](http://www.ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/dcefs/Prof._Adalberto_Santos/4-ocio_lazer_e_tempo_livre_na_sociedade_do_consumo_e_do_trabalho_22.pdf) Acesso em: 23/12/2015.

ABERASTURY, A.; KNOBEL, M. **Adolescência normal**. P.Alegre: Artes Médicas, 1981.

AQUINO, J.G. (org.) **Indisciplina: alternativas teóricas e práticas**. Summus: 1996.

ARENDT, H. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2001. p. 238-9.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação**. São Paulo: Brasiliense, 2007. (Coleção Primeiros Passos).

BURKE, P. A violência das mínimas diferenças. In: **Folha de S. Paulo – Cad. Mais!**, 21 maio 2000.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

DE MASI, D. **O Ócio Criativo**. Rio de Janeiro, Sextante. 2000.

FARIA I; GERALDO F.G; SANTOS W.F. **Presença Pedagógica: Rolezinho e educação**, v.20, n°117, p.10, 2014.

GUERRA FILHO, Raulito R. **Reflexões sobre o tempo livre, o lazer e o antilazer**. 200-2004. Disponível em: <http://www.partes.com.br/ed48/turismo2.asp>. Acesso em: 23/12/2015.

LIMA, Raymundo: A polidez: **virtude das aparências**. Porto Alegre: L P& M, 1993.

LUCKESI, Cipriano C. **Filosofia da Educação**. São Paulo: Cortez, 2001

MORA, Estela. **Psicopedagogia: infante-adolescência**.. São Paulo: Equipe Cultural, 2008.

NOVAES, A. (Org.) **Civilização e barbárie**. São Paulo: C. Letras, 2004.

PADILHA, V. **Shopping center: a catedral das mercadorias**, São Paulo:, Boitempo, 2006.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. SCALCO, Lucia. Os sentidos do real e do falso: o consumo popular em perspectiva etnográfica. **Revista de Antropologia**, 2010, v. 53, p. 321-364.

PINTO, Rubia-mar Nunes. **A educação do corpo e o processo civilizatório: A formação de “estátuas pensantes”**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010373072013000300012&script=sci_arttext> Acesso em: 28/05/2006.

SCALON C.; SALATA A. Uma nova classe média no Brasil da última década? O debate a partir da perspectiva sociológica. **Sociedade e Estado**, v. 27, p. 387- 407, 2012.

SEIXAS, Vladimir. Hiato: Documentário. Gume Filmes, 2000. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UHJmUPeDYdq>> Acesso em: 18/12/2015

TABOADA, N. G.; LEGAL, E. J.; MACHADO, N. Resiliência: em busca de um conceito. **Rev. bras. crescimento desenvolvimento humano**. v.16 n.3 São Paulo dez. 2006. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S0104-12822006000300012&script=sci_arttext&tlnq=es> Acesso em: 22/12/2015.