

Identidades Juvenis na Região das Hortênsias

Youth Identities in the Hortensias Region

Rodrigo Koch^a; Priscila Francisco de Oliveira Castilhos^b; Caroline Borges de Souza^b; Priscila da Silva Damasceno^b

^aUniversidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Educação.

^bUniversidade Estadual do Rio Grande do Sul, Licenciatura em Pedagogia.

*E-mail: koch.rodrigo@terra.com.br

Resumo

A presente pesquisa trata de um mapeamento das identidades juvenis em escolas de três municípios da Região das Hortênsias (Canela, Gramado e São Francisco de Paula). O estudo se constitui em uma investigação científica de caráter quanti-qualitativo e descritivo, uma vez que buscou por meio de questionário e observação trazer resultados para descrever os comportamentos adotados por determinados grupos juvenis. Esta pesquisa buscou identificar quais os grupos juvenis mais comuns encontrados no Ensino Médio. Para o embasamento teórico foram utilizados autores com vínculos nos Estudos Culturais, tais como: Bauman, Canclini e Costa. De acordo com o estudo bibliográfico desenvolvido é possível pensar sobre identidades líquidas e/ou fragmentadas. A pesquisa constatou que os jovens da Região das Hortênsias apresentam configurações de identidades múltiplas, com transições variáveis de acordo com o contexto social de cada um.

Palavras-chave: Escola. Identidade. Juventude. Região das Hortênsias.

Abstract

The present research deals with a youth identities mapping in schools of three municipalities of the Hortensias Region (Canela, Gramado and São Francisco de Paula). The study is a quantitative-qualitative and descriptive scientific research, since it sought through questionnaire and observation to bring results to describe the behaviors adopted by certain youth groups. This research aimed to identify the most common youth groups found in high school. For the theoretical basis, authors with links in Cultural Studies, such as Bauman, Canclini and Costa, were used. According to the developed bibliographic study it is possible to think about net and / or fragmented identities. The research found that the young people of the Hortensias Region have configurations of multiple identities, with variable transitions according to the social context of each one.

Keywords: School. Identity. Youth. Hortensias Region.

1 Introdução

Historicamente, no período moderno, o jovem foi apresentado como um problema social, vinculado aos atos de violência e ilícitos, com ênfase em sua indisciplina. Há características marcantes que, geralmente, ainda são atribuídas à juventude, como “falta de respeito” nas relações entre os pares e com os professores, “irresponsabilidade” diante dos compromissos escolares, e “rebeldia” quanto à forma de vestir – calças e blusas larguíssimas, *piercings*, tatuagens e o indefectível boné – o que pode ser motivo de conflito, quando a escola define um padrão rígido de vestimenta.

Sem deixar completamente tais características desse passado recente, nas sociedades pós-modernas, a juventude começa a ser vista e tratada de outra forma, pois adquiriu novos contornos, principalmente, com o advento de novas ferramentas tecnológicas de comunicação e, também, de novas concepções familiares, com pais separados, pais-adolescentes, e avós, tios e irmãos mais velhos assumindo papéis paternos e maternos. São sujeitos de uma nova geração nascidos e engendrados em uma tecnocultura. Há novas mídias, que subvertem completamente as antigas formas de se comunicar. Há um ‘borramento’ de fronteiras e a juventude

se expande e se confunde. Os desejos e sonhos que conduzem os jovens, na sociedade de consumidores, dos tempos atuais, também modificam suas condutas em relação ao que estavam habituados em tempos modernos e sólidos. Os jovens são nômades.

Quando crianças, os jovens pós-modernos, foram educados pelo que se pode denominar de ‘babás-eletrônicas’, ou seja, passavam muito mais tempo em frente à televisão, computadores, videogames, do que na escola ou se dedicando às tarefas escolares, condição que se considera já estar presente desde a década de 1990 e com produtividades mais significativas, após a virada do milênio. O conceito de novas áreas pedagógicas é defendido por Steinberg (2004), ou seja, são aqueles lugares onde o poder é organizado e difundido sendo incluídas: bibliotecas, TV, cinemas, jornais, revistas, brinquedos, propagandas, videogames, livros, e esportes entre outros.

Neste momento, ainda de transição de algumas instituições e espaços sociais de um período moderno para uma fase pós-moderna, a forma como cada sociedade e cada grupo social vai lidar e representar a juventude é muito variada no tempo e no espaço. Há diferenças de gênero, etnia, classe social,

condições de trabalho, família e escola, que devem ser consideradas ao se analisar as diferentes juventudes.

A juventude começa, cada vez mais cedo, e se estende por décadas, podendo o indivíduo, por desejo, transitar nesta geração facilmente até os 40 anos de idade. É um grupo geracional que não reconhece seu passado e não sabe seu futuro, e para o qual o modelo de triunfo social é ser um *ex-big brother*. Ser jovem, para os muitos que adotam esse estilo, garante as vantagens de trazer à cena a sexualidade e se desvincilham das obrigações e responsabilidades da vida adulta. A juventude é um território, no qual todos querem viver indefinidamente. Estão constantemente ligados às novas ferramentas tecnológicas e, muitas vezes, com diversas mídias (internet, iPod, tevê, telefone móvel, aplicativos ...) interagindo ao mesmo tempo. Os jovens são educados por esses meios, por estarem expostos a esses artefatos. Trata-se de um grupo diferente no ato de consumir, por já administrarem, praticamente sem apoio, influência e vigilância dos pais, o “seu dinheiro”, ainda que este provenha dos próprios progenitores.

Os jovens apresentam um caráter nômade, com vínculos flexíveis e assunção de identidades fugazes, rejeitando modelos arbitrários e verdades cristalizadas pelo tempo. Ao mesmo tempo em que buscam respostas, em narrativas inéditas de tribos juvenis, abertos ao diálogo, à incerteza, e à fugacidade dos relacionamentos, sendo educados pelas expressões culturais que os cercam: escola, família, amigos e, também, pela mídia que opera estas transformações comportamentais.

Costa (2009) e Costa e Momo (2010) apontam as escolas como ‘novos’ lugares reconfigurados como um dos espaços preferenciais vislumbrados por esta geração, porque “a escola é um lugar na cultura, e um lugar onde a cultura circula, onde culturas se encontram e negociam, onde se produz e consome cultura” (COSTA E MOMO 2009). “As escolas oferecem crescentemente aos estudantes a mensagem pouco sutil de que tudo está à venda, incluindo as *identidades*, os desejos e os valores dos estudantes” (COSTA 2012). Portanto, de acordo com Costa e Momo (2009): “ela [a escola] também começa a ser posicionada em relação a esse novo jeito da cultura operar, e também nos ensina muito sobre nosso período histórico e sobre novas funções e significados da escola na ordem contemporânea orientada para e pelo mercado” [acréscimo nosso].

Apesar das inúmeras transformações sociais nas últimas décadas, principalmente, desde os anos 1990 e – ainda – na entrada do novo milênio, algumas instituições continuam sendo centrais e de referência na vida das sociedades modernas e, agora, em passagem tardia para pós-modernas. Talvez, o melhor exemplo disso seja a escola, que mesmo em tempos *líquidos* – quando os alunos são educados não mais somente pelos professores, mas também pelas mais

variadas mídias e artefatos culturais – a escola continua ocupando o espaço formal da educação. É ponto de consenso e se convencionou e regulamentou, desde o século XIX, que qualquer criança ou jovem tenha o direito – e porque não, também o dever – de frequentar a escola para adquirir conhecimento e ser preparado para e pela sociedade, na qual está inserido. No entanto, a sala de aula contemporânea se vê ameaçada pela fluidez e instantaneidade dos artefatos pós-modernos e, é encarada muitas vezes como um espaço de lazer (OLIVEIRA e TOMAZETTI 2010; 2012). O próprio método de aprendizagem se transformou. Bauman (2013) faz analogia entre mísseis balísticos (aprendizagem moderna) e mísseis inteligentes (aprendizagem pós-moderna) para caracterizar a condição contemporânea da educação dos jovens, afirmando que o talento em aprender depressa está diretamente vinculado com a capacidade de esquecer, instantaneamente, o que foi aprendido antes. Bauman (2013) aborda ainda que o ensino de qualidade precisa provocar e propagar a abertura, não a oclusão mental, e afirma que a arte de “surfear” tomou a posição, na hierarquia das habilidades úteis e desejáveis, antes ocupada pela arte de se aprofundar. Neste contexto, não se pode esquecer que a escola sempre produziu e continua produzindo experiências culturais, sem querer aqui avaliar se as mesmas são boas ou más na constituição destes cidadãos.

A escola, hoje, se transformou em um grande palco para os jovens serem vistos. É neste espaço reconfigurado da contemporaneidade que os jovens produzem seus corpos, com roupas, penteados, acessórios e ferramentas tecnológicas para serem aceitos *no e pelo* grupo ao qual pretendem pertencer (ainda que por poucos instantes), nos diversos momentos e, preponderantemente, durante os intervalos, que deixaram de ter a característica de recreio – vinculada à recreação – e, hoje, estão mais próximos de uma grande festa devido aos sons e imagens, que são emitidos pelas diversas caixas sonoras ou dispositivos portáteis e/ou pelo próprio sistema de áudio e vídeo da escola, assim como pelas *tribos* que circulam pelos pátios, corredores e demais espaços. “[...] o sentido da escola, para os jovens transcende os objetivos da educação formal, constituindo-a como um ‘espaço sociocultural’, para o exercício de suas sociabilidades e construção de identidades” (STECANELA 2010, p.20). São jovens acostumados a um contexto urbano de múltiplas oportunidades de satisfação e, que consideram a escola de Ensino Médio como mais um dos espaços de brincadeiras, ‘zoações’ e gargalhadas contrapondo a ideia de lugar de vivências educacionais.

Este artigo apresenta um mapeamento das identidades juvenis em escolas de três municípios da Região das Hortênsias¹ (Canela, Gramado e São Francisco de Paula) com breve análise de alguns grupos sociais, em cada localidade, e faz parte de uma pesquisa de investigação das identidades juvenis na contemporaneidade no cenário escolar.

1 A Região das Hortênsias é composta por sete municípios: Cambará do Sul, Canela, Gramado, Jaquirana, Nova Petrópolis, Picada Café e São Francisco de Paula. Está distante cerca de 100 km da capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, e se destaca pelo turismo e agropecuária.

2 Material e Métodos

O presente trabalho se constitui em uma pesquisa de caráter quanti-qualitativo e descritivo, uma vez que buscou por meio de questionário e observação trazer resultados para descrever os comportamentos adotados por determinados grupos juvenis.

A pesquisa buscou identificar, em um primeiro momento, quais os grupos juvenis mais comuns encontrados nas escolas de Ensino Médio de Canela, Gramado e São Francisco de Paula. Assim, após aplicação de questionário nas turmas de Ensino Médio, levantamento e classificação dos dados encontrados foi possível encontrar grupos nos quais foram focadas as observações para posterior descrição e análises.

O questionário fechado, na primeira etapa da pesquisa, e as observações, na segunda etapa do estudo, foram aplicados e realizados no Colégio Marista Maria Imaculada, e na Escola Estadual de Ensino Médio Danton Correa da Silva, em Canela; no Colégio Cenecista Visconde de Mauá, e na Escola Estadual de Ensino Médio Boaventura Ramos Pacheco, ambos em Gramado; no Colégio Estadual José de Alencar, e no Colégio Expressão, localizados em São Francisco de Paula. Em nenhum momento, as identidades dos jovens foram reveladas durante a pesquisa, seguindo os preceitos éticos do estudo.

Ressalta-se que se optou por realizar a aplicação dos questionários nas escolas por esta se tratar de um espaço da juventude, como já destacado no texto, e também pela questão prática de encontrar um maior número de jovens concentrados no mesmo local, sem que haja tendência ou preferência por um grupo social em detrimento dos outros, algo que poderia ocorrer se os dados fossem coletados em um shopping center ou uma praça, uma festa ou show musical, ou ainda em um estádio de futebol entre outros espaços públicos possíveis.

3 Resultados e Discussão

Com base nos questionários aplicados no município de Canela, em duas escolas, uma pública e uma privada, pode-se perceber que, em sua maioria, – e com predominância neste interesse, na rede privada de ensino – destaca-se como preferência entre os jovens o item ‘Música’ (73%), seguido de ‘Filmes’ (70%), ‘Festa’ (55%), ‘Tecnologia’ (48%) e ‘Compras’ (38%). Nota-se que a tecnologia se posiciona em quarto lugar dentre as cinco preferências destacadas pelos alunos do Ensino Médio, mas que a mesma permeia também os demais interesses. A liderança dos itens ‘Música’ e ‘Filmes’ conduz a pensar que a maioria dedica seus tempos livres ao lazer.

Quando questionados sobre os grupos sociais em que acreditam estar inseridos, em Canela, tem-se como primeiro grupo aquele que está mais vinculado e/ou relacionado com as preferências citadas anteriormente, ou seja, os ‘Baladeiros²’ (38%). Na sequência foram listados ‘Esportistas’ (35%),

‘Estudiosos’ (37%), e ‘Consumistas’ (24%). Tem-se, ainda, duas categorias que apareceram entre os cinco grupos sociais destacados pelos jovens, mas cada tribo juvenil em uma rede de ensino. As ‘Patricinhas’ (11%) se destacam na escola privada, e os ‘Futebolistas’ (14%) aparecem com maior relevância na rede pública de Canela.

No município de Gramado, pode-se perceber certa concordância entre as preferências dos jovens, porém com índices diferentes. Entre os cinco itens/assuntos de maior interesse se tem: ‘Música’ (88%), ‘Filmes’ (75%), ‘Tecnologia’ (60%), ‘Festa’ (57%) e outras duas categorias, ambas citadas, mas cada uma com índices diferentes, conforme a rede de ensino. O ‘Terror’ (52%) apareceu entre as cinco preferências na escola pública, e ‘Compras’ (28%) está entre as cinco preferências na rede privada, provavelmente, pela condição socioeconômica de seus alunos.

Já entre os grupos sociais são notáveis as diferenças entre os dois municípios vizinhos. Gramado apresenta os alunos inseridos nos seguintes grupos pela ordem: ‘Estudiosos’ (40%), ‘Esportistas’ (39%), ‘Baladeiros’ (38%), ‘Consumistas’ (26%), ‘Futebolistas’ (23%) e ‘Rockeiros’ (22%).

Os dados dos questionários aplicados em São Francisco de Paula revelam que boa parte das respostas coletadas apresentam semelhanças entre os estudantes da escola particular e da escola estadual, mas no apontamento de preferências secundárias e em grupos sociais divergem, principalmente, quando foram preenchidas as lacunas, que estavam ‘em branco’. Veja-se as respostas.

Quando questionados sobre suas preferências e interesses, no geral, o item ‘Música’ aparece em primeiro lugar, com cerca de oitenta e quatro por cento (84%) dos jovens relacionando o mesmo entre os assuntos que mais tomam seu tempo cotidiano. ‘Filmes’ (63%), ‘Festa’ (56%), ‘Tecnologia’ (47%) e ‘Futebol’ (37%) também foram itens relacionados entre os mais indicados pelos estudantes, não necessariamente na mesma ordem para o ensino privado e público, mas todos estando entre os cinco mais citados em ambos os casos. Como se pode observar, a ‘tecnologia’, conforme já indicado neste texto, é ponto de interesse dos jovens.

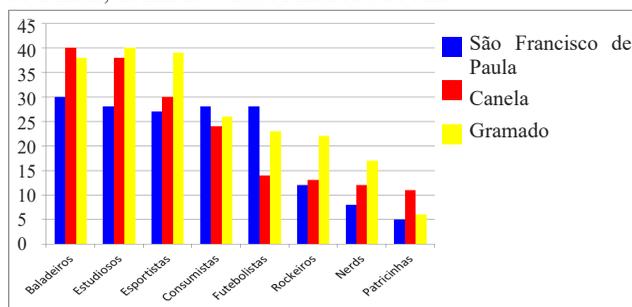
Os grupos sociais nos quais se inserem – citados e/ou apontados pelos jovens – são os mesmos tanto para os entrevistados do ensino privado como do público, porém em ordem e com percentuais diferentes. Na escola particular, a maioria se considera ‘Consumista’ (34%), seguido por ‘Esportista’ (32%), ‘Futebolista’ (27%), ‘Estudioso’ (22%) e ‘Baladeiro’ (17%). Já entre os jovens estudantes da escola estadual, o grupo com o maior número de simpatizantes é o dos ‘Baladeiros’ (43%). ‘Estudiosos’ (34%), ‘Futebolistas’ (29%), ‘Consumistas’ (22%) e ‘Esportistas’ (21%) também foram relacionados com índices semelhantes. Provavelmente, o índice de ‘Consumistas’ na escola privada é maior e aparece em primeiro lugar devido ao poder aquisitivo e à classe social

2 Aqueles que desfrutaram dos eventos noturnos, ou em outras palavras, um ‘boêmio contemporâneo’.

em que tais indivíduos estão inseridos. No entanto, para este estudo, o que se torna importante é que os mesmos grupos foram indicados como os principais nos dois ambientes, possibilitando que a partir deste dado se possa focar tais interesses ou grupos sociais nas etapas de análises deste estudo. De acordo com Dayrell (2005, p.55):

Essa diversidade se concretiza no período histórico, nas condições sociais (classes sociais), culturais (etnias, identidades religiosas, valores, etc.), de gênero e também das regiões, entre outros aspectos. Podemos afirmar que não existe uma juventude, mas sim juventudes, no plural, enfatizando, assim, a diversidade de modos de ser jovem na nossa sociedade.

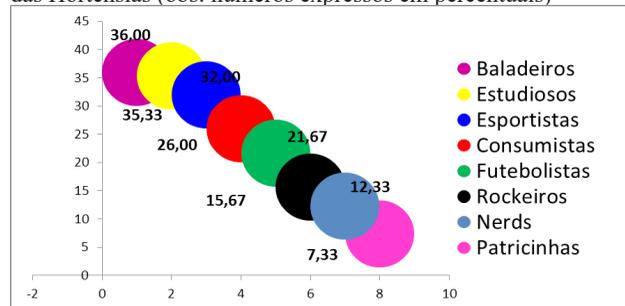
Gráfico 1 – Índices dos principais grupos sociais nos municípios de Canela, Gramado e São Francisco de Paula



Fonte: Dados da pesquisa.

Em breve análise dos municípios, a maioria das preferências e grupos sociais se mostra semelhante, como por exemplo, o item ‘Música’ que aparece no topo das listas. Já no que se refere aos grupos sociais é possível apontar que os mesmos estão, de certa forma, relacionados com questões sociais e culturais nas quais as juventudes estão inseridas, pois há índices próximos, porém com valores diferentes para as tribos citadas. Percebe-se, também, que os jovens são múltiplos, pois na maioria dos questionários respondidos muitas opções foram assinaladas, inclusive, com situações ambíguas e de certa oposição, como por exemplo, alguns que se consideram ‘estudiosos’ e ‘baladeiros’ ou que estão com interesses voltados para ‘música’ e também ‘futebol’. O indicativo é de que os indivíduos desta geração apresentam constantes mutações e se relacionam através da diferença, em uma rede de interesses, que os cercam na sociedade pós-moderna. Portanto, chega-se aqui à conclusão de uma multiplicidade ou hibridização, ou seja, nenhum deles se mostrou puramente *consumista*, por exemplo. São *consumistas* com vínculos e interesses na música, no futebol, nas festas, e também nos estudos. Logo, trafegam por vários grupos sociais ou tribos juvenis.

Gráfico 2 – Dados gerais dos grupos sociais juvenis na Região das Hortênsias (obs: números expressos em percentuais)



Fonte: Dados da pesquisa.

Percebe-se também, neste estudo, que escola e família já não conseguem mais auxiliar esses indivíduos de forma satisfatória na construção de suas *identidades*, bem como no planejamento de seus projetos de vida.

A escola concorre em larga desvantagem com os meios de comunicação de massa que lançam mão de recursos audiovisuais potentes para penetrar na subjetividade de seus consumidores, atraindo a atenção em crescentes processos de adesão. Com a televisão participando da socialização primária de crianças e jovens e, por que não dizer, dos próprios pais, não há como negar que a escola vê-se diante de uma imobilidade para superar o desafio da ‘*mediatização* da vida social’ e para recuperar o seu papel socializador e legitimador. O papel socializador, portanto, não pode ser delegado em bloco a uma única instituição. Pelo contrário, a socialização dos jovens ocorre em múltiplos espaços e tempos, especialmente naqueles acentuados pela socialização informal ou, em outras palavras, pelas sociabilidades (STECANELA, 2010, p.45-46).

Conforme já destacado, a escola – mas não só ela – abre para muitos jovens um mundo novo com novas possibilidades e escolhas. Uma destas escolhas é o que pretendem “ser quando crescer”, talvez, um jargão social sem muito sentido para a juventude contemporânea, que está mais preocupada em como vai se moldar socialmente, e nas escolhas da turma de amigos, do lanche, da roupa preferida, do programa de televisão preferido, das músicas que mais gostam, e das celebridades que os influenciam. Além de – supostamente – aprenderem os conteúdos transmitidos, os alunos também consomem várias outras emoções e artefatos, que não estão no currículo, mas sim na convivência com outras pessoas, com o entorno delas e também na vida cotidiana, o chamado currículo oculto ou as pedagogias culturais.

O currículo oculto é constituído por todos aqueles aspectos do ambiente escolar que, sem fazer parte do currículo oficial, explícito, contribuem, de forma implícita, para aprendizagens sociais relevantes (SILVA 1999, p.78).

Na aprendizagem que as vivências proporcionam aos jovens, tendo a escola como palco/cenário principal se intensifica a vida social. Os jovens fazem grandes amizades, conhecem o primeiro amor, valores, formam seu caráter e identidade, que podem acompanhá-los a vida toda e pelo menos por um período. Naturalmente, eles procuram se relacionar com aqueles que estão passando pelo mesmo

problema, história, gostos em comum, constituindo grupos sociais, cada um com suas características particulares, estilos, culturas, comportamentos, vestimentas, (des)(re)construindo suas identidades.

Chama atenção, por exemplo, os filmes adolescentes da indústria cinematográfica americana, nos quais se podem perceber certos estereótipos. Alguns personagens caricatos se repetem: a menina “patricinha” – muito bem arrumada, ligada em moda, “popular” e que está conectada com todos os acontecimentos da escola, com suas roupas de grife, evidenciando futilidades; o rapaz bonito, forte, popular de quem todos querem ser amigos e todas as meninas se apaixonam e sonham em namorar; a menina rebelde, com um estilo roqueiro ou *punk*, que não tem medo de nada, não se preocupa com as regras e limites impostos pela sociedade, só quer “aproveitar a vida” ao máximo e se divertir para valer, representando uma pessoa livre; o menino *bad boy*, o encrenqueiro e bagunceiro, que gosta de fazer brincadeiras com os alunos mais tímidos e introspectivos. Tem, ainda, o menino ou menina *nerd*, todo certinho, estudioso que só quer saber de tirar boas notas e entrar para uma boa faculdade, sempre pensando no seu futuro acadêmico, e na sua carreira; a menina mais sexy, namoradeira, que usa roupas curtas e gosta de uma boa festa, é livre de preconceitos, feliz com suas escolhas, porém causa inveja em alguns.

Percebe-se que tais personagens caracterizados (ou caricaturizados) também se repetem por aqui na mídia televisiva nacional. Há meninos que andam de skate, que usam roupas mais largas, gostam de curtir *rap* ou *reggae* e aproveitar as tardes vendo o pôr do sol. Meninas que são populares, líderes de torcida e grupos, ligadas em esporte e vida saudável, ou que gostam de *funk*; meninos que gostam de ouvir e se vestir com estilo mais sertanejo, ouvir músicas de raiz, andar a cavalo e, enfim, são grupos sociais juvenis que aparecem nos filmes, novelas, séries e propagandas com vários estilos, e isso tudo se reflete na escola, com os adolescentes e jovens que se vê todos os dias circulando pelos espaços públicos.

Com as sociedades sempre em constante evolução, e com o uso das tecnologias e redes sociais, possível ficar perguntando se isso tudo aproxima ou afasta as pessoas. Parece que os jovens não conseguem mais viver sem internet, pois estão sempre conectados ao *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Twitter* e *Snapchat*, entre outros sites e/ou aplicativos. Nestas redes, eles postam sua vida cotidiana, seus gostos pessoais, sua preferência musical, arrumam novas amizades, jogam diversos jogos, e com o aplicativo *Tinder*, por exemplo, podem até obter relacionamentos amorosos. Cada grupo de jovens tem sua maneira de usar e de explorar as redes: uns usam mais, outros menos. Navegam para estudar, aprender e conhecer assuntos novos, e postam fotos para elevar sua autoestima e conseguir muitas “curtidas”, circunstância e condição que virou sinônimo de popularidade entre os jovens.

Lendo e interpretando Bauman (2013) se pensa que, cada vez mais, o modo de como os jovens são moldados para a sociedade vem mudando ao longo dos tempos. Atualmente, o jovem pode ser vários, em um só, misturando vários estilos, gostos musicais, amigos e turmas, em vez de escolher só um estilo de roupa, de música, de vida, diferente de como as mídias apresentavam – e até ensinavam – há tempos atrás. A televisão e a internet – com a geração de *youtubers*, que se instalou no mundo de entretenimento – são mecanismos influenciadores de estilo de vida para os adolescentes e jovens, nos quais se espelham, interagem, seguem como modelo, e copiam algumas características para conduzir sua vida; desde roupas, acessórios até o modo de se comportar, falar, se portar diante da sociedade. Conforme já citado, os *youtubers* têm invadido o contexto social da juventude, através da internet, mostrando comportamentos, estilos, moda, além de vender o ideal de que todos podem ser famosos. Para muitos jovens contemporâneos, o sonho de vida é ser uma celebridade, ganhar muitos seguidores na internet, ter fãs e privilégios aonde for. As ‘*pseudo-celebridades*’ da internet vêm difundindo essa vida de glamour para os adolescentes. A maioria dos jovens sonha com seus ‘*15 minutinhos*’ (ou muito menos) de fama. Segundo Bauman (2013, p.15):

O que os cidadãos do mundo líquido moderno logo descobrem é que nada nesse mundo se destina a durar, que dirá para sempre. Objetos hoje recomendados como úteis e indispensáveis tendem a virar coisa do passado muito antes de terem tempo de se estabelecer e se transformar em necessidade ou hábito. Nada é visto como estando aqui para sempre, nada parece insubstituível.

Na contemporaneidade, parece que os estilos de grupos vêm mudando e se transformando, permanentemente, pois na mídia a representação dos adolescentes aparece com os estereótipos desvinculados, e não se percebe mais com tanta facilidade essa demarcação de “tribos” sociais. Há, por parte de alguns, o abandono dos rótulos a que se estava acostumado. No entanto, Bauman (2013, p.27) destaca:

É verdade que cada geração tem sua percentagem de recusados. Há pessoas em cada geração às quais se atribui o status de rejeitado porque a ‘mudança geracional’ tende a trazer algumas alterações significativas nas condições e nas demandas de vida que obrigarão as realidades a se afastar das expectativas implantadas pelas condições anteriores e a desvalorizar as habilidades que costumavam ser desenvolvidas e promovidas.

Por exemplo, os *nerds* se sentiam excluídos por serem, aparentemente, os mais inteligentes na escola; as patricinhas eram consideradas esnobes e fúteis; os esportistas e populares eram tidos como alunos, que tiravam notas baixas na escola; os roqueiros e *punks* passavam a imagem de agressividade; a menina namoradeira e sexy que gostava de dançar *funk* era tida como vulgar e promíscua; o menino skatista era estereotipado como drogado, sem objetivos na vida, e despreocupado. Todas essas identidades com suas características físicas e psicológicas, entre outras, hoje se misturam na contemporaneidade e

mostram que um jovem pode ser “muitos”. Em observações iniciais, percebe-se que apesar das muitas identidades, que os jovens adotam, e trafegam na contemporaneidade, grande parte delas está marcada pela condição consumista, da qual se faz breve análise a seguir.

Durante as observações realizadas se notou grande índice de consumidores no ambiente escolar, e não é difícil perceber o quanto a cultura do consumismo faz parte do cotidiano estudantil, apesar de muitas escolas exigirem o uso do uniforme. Ainda assim se percebem expressões consumistas em diversos aspectos relacionados tanto com o vestuário como com o uso de acessórios para composição do mesmo, tendo como artefatos complementares aparelhos tecnológicos, como: celulares, tablets, e notebooks entre alguns exemplos mais visíveis, além das marcas dos mesmos, que compõe valores para os alunos.

Os *iphones* são os que fazem maior sucesso entre os jovens, pois de acordo com eles dá status e representação de poder aquisitivo. Os calçados também são muito admirados pelos alunos, pois se nota que a maioria dos jovens prefere marcas famosas como Nike e Adidas, e há comparação entre os alunos sobre seus pertences, como: qual é o mais bonito, qual é o mais caro, e em suas palavras “*qual tem mais presença*”. Percebe-se que há supervalorização, pelos alunos, de produtos que têm alto alcance publicitário, como os acessórios da Aple e da Nike. Isso acaba por reforçar a ideia da forte influência da mídia sobre as concepções dos alunos acerca de “qualidade” e “quantidade”, discussão pertinente quando se comparam os valores dos produtos em questão. Realmente, há produtos mais baratos, que oferecem tanta qualidade e conforto quanto os mais caros, mas para esta questão se teria que analisar o grau de compreensão dos alunos sobre consumo consciente e a real necessidade de consumir, adentrando o campo do custo/benefício, se levar em conta as diferenças entre um aparelho celular, que pode custar três ou quatro vezes mais do que outro aparelho, que fornecerá praticamente os mesmos recursos. No entanto, não há espaço e não é essa a discussão que se pretende aqui.

Em geral, se percebe como principal indicador de consumo dos jovens a questão do status e da fama dos produtos, sempre valorizando qual o impacto que determinado acessório vai causar dentro do grupo de amigos. É possível constatar que dificilmente há uma análise, pesquisa ou reflexão preliminar à compra, voltando para questões da aceitação, por meio da autoprodução do corpo e das identidades e, conseqüentemente, do consumismo.

Uma das marcas identitárias encontradas mais saliente é, sem dúvida, o vestuário dos alunos. Há muitas formas de manifestação de preferência por produtos já consagrados perante a sociedade, seja através do casaco Adidas ou Nike sobre o moletom escolar, nas marcas de tênis preferidas pelos alunos, além de relógios e pulseiras para compor o *look* e ir moldando seu visual e “personalidade” e/ou identidade através destes acessórios que, muitas vezes, também fazem

referências fortes acerca de clubes esportivos para os quais os jovens torcem, e que estão de certa forma presentes no cotidiano dos estudantes. Os fones de ouvido também se fazem muito presentes, na hora do intervalo, e a troca de informações sobre o que cada integrante dos grupos gosta e não gosta. Quando se trata de discussão/troca de informações também se percebe a aspiração dos alunos para a tão esperada chegada da maioridade, no que diz respeito as suas próprias conquistas como a aquisição de automóveis e também da personalização dos mesmos, já que o diferencial para estes jovens são os automóveis (*naves* em sua linguagem) “rebaixados”, que segundo a maioria é sinônimo de ostentação.

Na área estética também se percebe grande presença das marcas identitárias, através do corte de cabelo moderno ou da moda e dos cabelos coloridos, além dos meninos que deixam os cabelos crescerem para demonstrarem seu estilo roqueiro, por exemplo, e/ou se parecerem com seus ídolos no geral. E neste aspecto não se trata de rótulos impostos pela sociedade, a maioria destas características foi extraída a partir dos diálogos dos próprios alunos uns com os outros.

Nota-se que os alunos demonstram grande prazer de falar/conversar entre si nas suas *tribos*. São questões e assuntos referentes às suas personalidades, questões para as quais os alunos sentem necessidade de expressar, coletivamente, diante da sociedade, mas nas quais não se identificam no meio familiar e, assim, acabam por manifestá-las no âmbito escolar. Nesta fase, os alunos tendem a querer “se mostrar” aos colegas e as demais pessoas em mais uma tentativa de se autoafirmar perante a sociedade. Por meio da ideia de que possuir objetos específicos ou de marcas específicas frente à sociedade é uma forma de ganhar ou perder status, ao olhar dos estudantes, os mesmos demonstram e acreditam, firmemente, que estes elementos personalizam sua “identidade”. Para os alunos, a sua identidade momentânea é apenas mais uma identidade, ou seja, para eles o que se é, está estampado através do que se demonstra ser, do que se possui e adquire – como bens materiais, por exemplo. Assim, compreende-se que, talvez, seja por isso que haja uma forte cultura nas tribos juvenis e a necessidade de exibir sua *identidade*, seu “eu”, através dos elementos com o quais se identificam.

Há, com certeza, outras contraculturas e subculturas que merecem destaque e análises mais aprofundadas como já evidenciado através da quantificação das principais “tribos” juvenis encontradas na Região das Hortênsias. E não só as que estão em maior número devem ser estudadas. Cabe aos pesquisadores, também, investigar a constituição dos grupos sociais de jovens que se manifestam em minoria, pois é na “periferia dos dados estatísticos” que se pode encontrar narrativas interessantes. São provocações para trabalhos futuros.

4 Conclusão

Reconhece-se que se vive em um período pós-moderno e, que se está – talvez – em uma fase de transição ou

reconfiguração das relações, ou seja, a constituição de uma ou de novas sociedades. Uma “sociedade do acontecimento” – lembrando que o que acontece está fora de qualquer previsibilidade – em que o tempo produtivo e o tempo de lazer se confundem. Os tempos dos jovens se entrecruzam, ou seja, as atividades de lazer – interesses voltados ao futebol ou as telenovelas, por exemplo – estão inseridos nas rotinas escolares e/ou de trabalho. Portanto, uma sociedade na qual os indivíduos funcionam segundo a lógica do trabalho imaterial e, onde também, os espaços públicos e do cotidiano produzem seus ‘ruídos’ de vozes, seus gritos, suas reivindicações, seus gestos de exigência, suas frustrações e insatisfações, e suas heterogeneidades. Estas “novas sociedades” apresentam características renovadas, como por exemplo: cooperação entre cérebros, por meio de redes; dispositivos tecnológicos arrojados, que potencializam a captura da memória e da atenção; e processos de sujeição e de subjetivação para a formação de públicos, nos quais os novos sujeitos transitam livremente. Neste contexto, o conhecimento se torna ultrapassado quase no mesmo momento em que é produzido.

Os jovens contemporâneos – que já constituem esta nova sociedade – operam seus pensamentos através da *diferença*, abandonando as lógicas modernas e sólidas que, principalmente, a quase totalidade das escolas e a grande maioria dos professores ainda seguem, em busca de uma tradição, que já naufragou e está ultrapassada pela nova tecnocultura. A mistura de inspirações culturais é fonte de enriquecimento e motor da criatividade. Há uma nova linguagem e maneira de pensar em curso, nas quais termos e conceitos, que emergiram nas últimas duas décadas – como *backup, download, whats, upgrade, bytes, business, feedback, megastore, drive-thru, freelance, sex appeal, ...* entre outros – são utilizados para estabelecer as relações (sejam estas de qualquer ordem ou interesse; de trabalho, afetivas, econômicas, ... fugazes) hoje vinculadas à permanente atualização, como se equivalassem a *softwares* ou aplicativos. São palavras, termos, conceitos, produtos e artefatos que conduzem a juventude pós-moderna para a (des)(re)construção da sociedade contemporânea. Para os jovens, a saída tem sido a reformulação de suas culturas, sejam estas tradicionais ou não, mediante a internacionalização do consumo cultural, que lhes promete o resgate da autoestima.

São novos modos de ‘ser’, nos quais – assim como na modernidade – continuam prevalecendo espaços e/ou campos culturais com as lutas de poder. Um poder que, muitas vezes, não pode ser mais considerado hegemônico, mas apenas momentâneo, que irá também estabelecer suas produtividades. Os sujeitos contemporâneos dão origem a novos movimentos sociais e criam uma nova dinâmica de enfrentamento com antigos e novos interlocutores.

A juventude vive experiências ainda fortemente ancoradas em instituições, como a família e a escola, mas também em grupos/tribos juvenis que se organizam além das fronteiras (por alguns considerados ‘barreiras’) familiares e escolares.

As estruturas socioculturais exercem um papel importante na formação da autoconsciência, sendo parte integrante nos processos, que tendem a excluir o *outro*, ou seja, grupos sociais e culturais que agem de acordo com critérios culturais diferentes. Este processo envolve a constituição discursiva do eu e, a localização histórica e cultural do sujeito. Sistemas simbólicos (como cidade, moda, escola, sala de aula ...) podem ser analisados como uma espécie de código, ou seja, podem ser concebidos como uma linguagem. E nesse espaço há divergências e/ou ambiguidades, pois a escola contemporânea (moldada na modernidade) ainda impõe, por certas vezes, uma infantilização aos alunos que não é mais deles. O tempo escolar tem se configurado para muitos jovens com um palco da impaciência ou até mesmo como uma tortura diária.

Os jovens contemporâneos já abandonaram há tempos o conceito moderno de sujeito uno, indivisível e originário, na verdade, já foram constituídos na *liquefação*, processo que está na raiz do fenômeno pós-moderno denominado de dissolução, “borramento” ou apagamento de fronteiras. Os novos sujeitos líquidos não têm fronteiras ou limites próprios, eles se amoldam ao lugar ou às condições em que se encontram. Esta flexibilidade – propriedade hoje desejável e tida como importante – decorre do caráter líquido da pós-modernidade. O mito do sujeito moderno – singular, estável e indivisível – está superado pela instabilidade.

Os jovens apresentam configurações de identidades múltiplas, com transições da infância/adolescência para a juventude – e depois para vida adulta – e estas variáveis de acordo com o contexto social de cada um. Pode-se destacar as transições experimentais, antecipadas, precárias (híbridas e transitórias) e desestruturantes, que parecem se aproximar dos problemas de pesquisa com os quais se está lidando. Fazem parte de “cronotopias”, ou seja, trajetórias que mesclam tempos e espaços pós-modernos e, na contemporaneidade, os territórios em grande parte das vezes são virtuais e não definidos geograficamente. O quanto cada um será mais ou menos flexível, múltiplo, (in)controlável, imponderável, fluido e *líquido* dependerá das relações entre a própria subjetividade e as exigências do(s) sistema(s) no(s) qual(is) está inserido ou irá se inserir.

Referências

- BAUMAN, Z. *Sobre educação e juventude*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CANCLINI, N.G. Ser diferente es desconectarse? Sobre las culturas juveniles. In: CANCLINI, N.G. *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004. p.209-224.
- CASTRO, L.R. *et al.* A construção da diferença: jovens na cidade e suas relações com o outro. *Psicol. Estudo*, v.11, n.2, p.437-447, 2006.
- COSTA, M.V. *A educação na cultura da mídia e do consumo*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- COSTA, M.V. Imagens do consumismo na escola: a produtividade da cultura visual. Dossiê sobre Arte, cultura visual e educação. *Rev. Instrumento*, v.14, n.2, p.263-272, 2012.

- COSTA, M.V.; MOMO, M. A conveniência da escola. *Rev. Bras. Educ.*, v.14, n.42, p.521-533, 2009.
- DAYRELL, J.T. Juventude, produção cultural e Educação de Jovens e Adultos. In: SOARES, L.; GIOVANETTI, M.A.G.C.; GOMES, N.L. *Diálogos na educação de jovens e adultos*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. p.53-68.
- MOMO, M.; COSTA, M.V. Crianças escolares do século XXI – para se pensar uma infância pós-moderna. *Cad. Pesq. Fundação Carlos Chagas*, v.40, n.141, p.965-991, 2010.
- OLIVEIRA, A.M.; TOMAZETTI, E.M. Novos sujeitos no ensino médio? Reflexões acerca da subjetivação juvenil no cenário escolar contemporâneo. *Acta Scie. Educ.*, v.32, n.1, p.127-134, 2010.
- OLIVEIRA, A.M.; TOMAZETTI, E.M. Sobre a condição juvenil na escola contemporânea: cenários de uma crise. *Atos Pesq. Educ.*, v.7, n.1, p.106-121, 2012.
- OLIVEIRA, A.M.; TOMAZETTI, E.M. Quando a sociedade de consumidores vai à escola: um ensaio sobre a condição juvenil no Ensino Médio. *Educar Rev.*, n.44, p.181-200, 2012b.
- RANCIÈRE, J. *O mestre ignorante: cinco lições sobre a emancipação intelectual*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- RONSINI, V.M. *Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- SARAIVA, K.; VEIGA-NETO, A. Modernidade líquida, capitalismo cognitivo e educação contemporânea. *Educ. Realidade*, v.34, n.2, p.187-201, 2009.
- SARLO, B. *Cenas da vida Pós-Moderna. Intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- SCHÖPKE, R. O pensamento como ultrapassamento da representação clássica. In: SCHÖPKE, R. *Por uma filosofia da diferença: Gilles Deleuze, o pensador nômade*. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: Edusp, 2004.
- SILVA, T.T. *Documentos de identidade: uma introdução às teorias do currículo*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- STECANELA, N. *Jovens e cotidiano: trânsitos pelas culturas juvenis e pela escola da vida*. Caxias do Sul, RS: Educus, 2010.
- STEINBERG, S.; KINCHELOE, J. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. In: STEINBERG, S.; KINCHELOE, J. *Cultura infantil: a construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. p.10-52.
- TOMAZETTI, E.M. *et al. Os sentidos do Ensino Médio: olhares juvenis sobre a escola contemporânea*. São Leopoldo: Oikos, 2014.
- VAGO, T.M. Pensar a Educação Física na escola: para uma formação cultural da infância e da juventude. *Cad. Formação RBCE*, v.1, n.1, p.25-42, 2009.
- VEIGA-NETO, A. Crise da modernidade e inovações curriculares: da disciplina para o controle. *Sísifo Rev Ciênc. Educ.*, v.7, p.141-150, 2008.
- WILLIAMS, J. *Pós-estruturalismo*. Petrópolis: Vozes, 2012.