

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO – MESTRADO**

ELAINE BEATRIZ DE OLIVEIRA SMYL

**VISTO, LOGO EXISTO:
UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE IDENTIDADES DE ESTUDANTES NO AMBIENTE
VIRTUAL**

PONTA GROSSA

2014

ELAINE BEATRIZ DE OLIVEIRA SMYL

**VISTO, LOGO EXISTO:
UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE IDENTIDADES DE ESTUDANTES NO AMBIENTE
VIRTUAL**

Dissertação apresentada para obtenção do título de mestre na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de Educação.

Orientador: Prof. Dr. Luis Fernando Cerri

PONTA GROSSA

2014

Ficha Catalográfica
Elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação BICEN/UEPG

Smyl, Elaine Beatriz de Oliveira
S667 Visto, logo existo: uma investigação
sobre identidades de estudantes no
ambiente virtual/ Elaine Beatriz de
Oliveira Smyl. Ponta Grossa, 2014.
153f.

Dissertação (Mestrado em Educação -
Área de Concentração: Educação),
Universidade Estadual de Ponta Grossa.
Orientador: Prof. Dr. Luis Fernando
Cerri.

1. Moda. 2. Consciência histórica.
3. Identidades. 4. Cibercultura. I. Cerri,
Luis Fernando. II. Universidade Estadual
de Ponta Grossa. Mestrado em Educação.
III. T.

CDD: 370.153.2

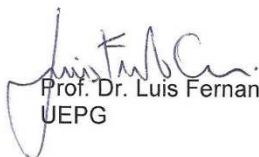
TERMO DE APROVAÇÃO

ELAINE BEATRIZ DE OLIVEIRA SMYL

VISTO, LOGO EXISTO: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE IDENTIDADES DE ESTUDANTES NO AMBIENTE VIRTUAL

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em Educação, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela seguinte banca examinadora:

Orientador (a)



Prof. Dr. Luis Fernando Cerri
UEPG



Prof. Dr. Eucídio Pimenta Arruda
UFMG



Profª Dra. Ana Luiza Ruschel Nunes
UEPG



Profª Dra. Caroline Pacievitch
UFRGS

Ponta Grossa, 17 de outubro de 2014.

SMYL, Elaine Beatriz de Oliveira. **VISTO, LOGO EXISTO: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE IDENTIDADES DE ESTUDANTES NO AMBIENTE VIRTUAL**. 2014. 153f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2014.

RESUMO

Esta investigação analisou como são significadas e estabelecidas as relações entre a moda e a consciência histórica em tempos da cibercultura. A moda é entendida como um fenômeno social especialmente importante nas vivências dos jovens estudantes, dado que estão numa fase de (re)definição identitária. A apropriação da moda pelos estudantes foi um tema profícuo para o levantamento de dados que permite significativas reflexões sobre consciência histórica e identidade social, entre outros aspectos. Defende-se que a moda estabelece comportamentos e práticas, permitindo através do arquétipo das roupas o estudo de diferentes tipos de funções e intenções, posicionamentos e compreensões históricas; constitui, portanto, uma manifestação empírica da consciência histórica. Nesta pesquisa foi empregado, como laboratório o jogo The Sims e a elaboração de avatares, com a finalidade de compreender a mobilização da consciência histórica na construção e na percepção estética das roupas dos jovens estudantes. A fundamentação teórico-metodológica deste trabalho está baseada na noção de história (ou narrativa) ultracurta, que integra o conceito de consciência histórica sustentado por Jörn Rüsen. Os conceitos de moda de Pierre Bourdieu, de cibercultura de Pierre Lévy, de identidade de Zygmunt Bauman e de Stuart Hall, também foram empregados nas análises desenvolvidas nesta pesquisa. Sendo assim, nesta pesquisa foram encontrados indicativos que expressam a maneira pela qual os jovens se vestem refletem suas identidades e mobilizam suas consciências históricas, elaborando narrativas fundadas nas roupas como uma síntese de objetivos, causas e imprevistos, estabelecida em uma conexão temporal. A elaboração dos avatares pelos jovens reproduziu formas de dominação (social, física e simbólica), além de ser um lócus de manifestação de pertencimento social, e conseqüentemente de exercício da violência simbólica, de preconceitos, estereótipos e de aceitação. Os jovens são guiados por referenciais estéticos, com massiva significância de condutas e normas sociais.

Palavras-chave: moda, consciência histórica, identidades, cibercultura

SMYL, Elaine Beatriz de Oliveira. I WEAR, THEREFORE I AM: A RESEARCH ABOUT IDENTITIES OF STUDENT IN VIRTUAL ENVIRONMENT. 2014. 153 leaves. Dissertation (Master in Education) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2014.

ABSTRACT

This research examined how the relations between fashion and historical awareness are signified and established in times of cyberculture. Fashion is understood as an important social phenomenon especially on the experiences of young students, once they are in a stage of identity (re)definition. The appropriation of fashion by the students was a fruitful theme for the collection of data that allows meaningful reflections on historical awareness and social identity, among other aspects. It is stated that fashion establishes practices and behaviors, allowing the study of different types of functions and intentions, positions and historical understandings through the clothing archetype; it is, therefore, an empirical demonstration of historical awareness. In this research The Sims game and the creation of avatars were used, with the purpose of understanding the mobilization of historical awareness in the construction and perception of the aesthetic of young students' clothes. The theoretical-methodological framework of this work is based on the concept of ultrashort history (or narrative), which integrates the concept of historical awareness supported by Jörn Rüsen. The concepts of fashion of Pierre Bourdieu, of cyberculture of Pierre Levy, of identity of Zygmunt Bauman and Stuart Hall, were also used in the analyzes developed in this research. Thus, in this research indications that express the way in which the young people dress reflect upon their identities and mobilize their historical consciences were found, elaborating narratives based on clothes as a summary of goals, causes and unexpected, established in a temporal connection. The drafting of avatars by youngsters showed forms of domination (social, physical and symbolic), beyond being a locus of manifestation of social belonging, and consequently of the exercise of symbolic violence, prejudice, stereotypes, and acceptance. The youngsters are guided by aesthetic frameworks, with massive significance of social behaviors and rules.

Key Words: fashion, historical awareness, identities, cyberculture

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
CAPÍTULO 1 – A MODA ENTRE O INDIVÍDUO E A SOCIEDADE	14
1.1 Do surgimento da moda ao culto do “novo”.....	14
1.2 Dinâmicas sociológicas da imitação e da diferenciação.....	15
1.3 Bourdieu – A construção do gosto e o consumo da moda.....	20
1.4 Questões teóricas sobre identidade.....	29
1.5 A moda, o cangaço e a cultura histórica de Rügen.....	33
CAPÍTULO 2 – CIBERCULTURA E EDUCAÇÃO	38
2.1 Elementos de contexto da relação do jovem com a tecnologia em Curitiba.....	42
2.2 Conectar, curtir e pesquisar.....	43
2.3 Os jovens e as redes sociais.....	47
CAPÍTULO 3 – VISTO, LOGO EXISTO!	52
3.1 Mapeando possibilidades do emprego do The Sims como laboratório.....	52
3.2 The Sims.....	56
3.2.1 O jogo.....	57
3.3 Coleta de dados.....	60
3.4 Vozes juvenis.....	64
3.5 Uniformes: usar ou não usar? Eis a questão!.....	69
3.6 A moda sem modos.....	72
3.7 Emperiquitadas.....	81
3.8 Corpo querido.....	84
3.9 A construção dos avatares e as ideias dos estudantes.....	87
3.10 Nas tramas da moda.....	96
CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
REFERÊNCIAS	111

APÊNDICE I – Roteiro de Campo.....	115
APÊNDICE II – Construção dos avatares.....	133
APÊNDICE III – Avatares.....	134

INTRODUÇÃO

Há alguns anos, encontrei com Camila¹, uma ex-aluna, trabalhando em um salão de beleza. Senti aquele misto de alegria e curiosidade que o encontro com pessoas que fizeram parte de nosso passado causa. Guardara a imagem de Camila na 8ª série, a qual, durante todo o ano de 2005, mesmo com a obrigação do uso do uniforme escolar, vestia-se como tantas outras meninas no melhor estilo hip-hop: calças largas, moletons, capuzes enfeitados com peles sintéticas da marca Anjuss, tênis apelidados de “pantufas”, faixas na testa e trancinhas nos cabelos. Porém, o que tornou Camila marcante foi o fato de vestir-se no estilo hip-hop, alternando suas composições, nas cores azul e rosa. Durante aquele ano, ela utilizou toda a gama de variações possível dessas cores em suas roupas. Reconheci Camila de imediato; o rosto continuava igual, mas o estilo havia mudado totalmente. De adolescente conhecida pelo estilo b-girl², ela passou, em sua fase de jovem mulher, a um estilo pin-up moderno: tatuagens, alargador, cabelos ondulados, calça de cintura alta, blusinha de renda. Quando me lembrei das suas vestimentas em tons de azul e rosa e do estilo hip hop, ela me disse meio envergonhada: – Professora, eu não sou uma pessoa; sou um personagem!

No leque de possibilidades do vestir-se, Camila compõe seus personagens, suas identidades. Suas referências mudaram e vejo isso expresso em suas roupas, em seus acessórios. Assim como via as referências de adolescente em suas roupas que, ao mesmo tempo em que a identificavam com a cultura do hip hop, tornavam-na única no uso das cores.

Meu olhar, acostumado com a rotina escolar, por muito tempo não enxergou as nuances recheadas de simbologias que meus alunos vestiam e carregavam em seus corpos, muitas vezes, camuflados pelos uniformes escolares. O encontro com Camila trouxe à tona questionamentos que me acompanharam durante minha trajetória como professora de História da Rede Municipal de Ensino de Curitiba, relacionados à exigência e as formas de oposição ao uniforme. Formas de resistência para manter indícios de identidade criados pelos alunos. Tais assuntos sempre surgiam e eram decididos a partir de regras das escolas onde lecionei,

¹ Nome fictício.

² Garotas do hip-hop.

naturalizados com o posicionamento pronto de meus colegas professores e sem discussão com os principais interessados, os próprios estudantes³.

No processo de regulamentação disciplinar no ambiente escolar, são elaboradas normas e proibições que acabam por uniformizar tanto os padrões de conduta como os padrões estéticos dos estudantes. Ações como a obrigação do uso de uniformes fazem insurgir entre os estudantes diversas formas de resistência. Algumas passam despercebidas aos olhos dos professores, outras se tornam motivo de ampla discussão que ultrapassam os muros da escola e ganham a pauta de matérias divulgadas na mídia⁴.

Observei muitos recreios durante os quais jovens estudantes conversavam sobre seu universo: namoros, futebol, comunidades virtuais, games, gostos musicais, estéticos, sonhos, preocupações e dilemas do início de suas vidas. Enquanto isso, na sala dos professores, as preocupações adultas giravam em torno de assuntos pedagógicos e disciplinares, ou nas condições de trabalho. Não obstante, os comportamentos juvenis são pautas corriqueiras dentre os questionamentos e preocupações dos docentes.

Em meio a esse turbilhão de discussões e preocupações, encontram-se os meus colegas professores de História que, além de enfrentarem a competição com o atraente mundo tecnológico e imediatista, são os responsáveis pela missão de levar seus estudantes a compreenderem e gostarem de uma área do conhecimento que tem por definição em seus manuais didáticos “estudar o passado”.

Algumas preocupações são singulares aos pensamentos dos docentes de História: Como tornar atraente e “novo” o ensino da História? Como compreender a

³ Marília Pontes Sposito (1997) aponta para a necessidade de estudos sobre juventude devido à “emergência (no interior da escola) de formas de sociabilidade juvenil não contempladas nas investigações” (p.17) em Educação.

⁴ Estas reportagens revelam tanto as formas de resistência dos jovens frente às decisões da escola, quanto o apoio da mídia às proibições e ações das escolas. Observa-se que a opinião dos estudantes não é relevante nessas matérias. Exemplos de reportagens que foram vinculadas pela mídia: “Diretora de escola afirma que não proíbe entrada de alunos sem uniforme”, disponível em: <<http://www.oprogressoon-line.com.br/index.php/noticias/politica/item/12116-diretora-de-escola-afirma-que-nao-proibe-entrada-de-alunos-sem-uniforme.html>> Acessado em: 11/04/2014; “Rio proíbe que aluno use boné na escola”, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1604201001.htm>> Acessado em: 11/04/2014; “Escola barra aluno que não usa uniforme”, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1210201001.htm>> Acessado em: 11/04/2014.

construção da consciência histórica nos jovens em tempos da pós-modernidade? Como compreender as modificações cognitivas advindas da cibercultura? À procura de respostas para esses questionamentos, encontram-se a escola, os docentes e as pesquisas sobre educação.

As mudanças na sociedade são cada vez mais dinâmicas⁵, na velocidade proporcionada pelos ambientes tecnológicos. Assim, novas fronteiras se abrem na construção e nos objetos de pesquisa para compreender o como ensinar história para jovens estudantes. A cibercultura, as novas formas de sociabilidade e de tecnologias intelectuais, assim como a moda, são temas ainda pouco explorados pelas pesquisas em educação⁶.

Nesse contexto de repensar o ensino - aprendizagem da História, e na procura por temas originais, surgiu o desejo de estudar as relações históricas e sociais que estudantes do final do ensino fundamental, de uma escola pública da periferia de Curitiba, estabelecem para construir e exteriorizar suas identidades históricas, utilizando a moda como extensão visível e tangível desse processo e as novas tecnologias intelectuais na percepção desse fenômeno. Nesse sentido, compreendo a moda como fenômeno sociocultural, difundido de modo amplo na pós-modernidade. Como tal, a moda pode ser investigada para compreender que formas e racionalidades se fazem presentes, por seu intermédio, nas narrativas dos sujeitos. Como a força estética de atribuição de sentido dialoga (ou não) com o pensamento histórico? Como os elementos retóricos e estéticos da moda articulam-se nas consciências históricas dos sujeitos?

No decorrer desta pesquisa pretendi, também desvelar formas de socialização e as relações histórico-sociais entre os jovens estabelecidas a partir/ por meio da moda na cibercultura; verificar as relações entre as identidades individual, histórica e social dos jovens estudantes; identificar relações de consumo da moda com a construção de identidade dos jovens; analisar a construção das identidades juvenis em uma relação entre os mundos físicos e os mundos ditos

⁵ Tema amplamente discutido nas obras de Zygmunt Bauman, com destaque para a “Modernidade líquida” (2001).

⁶ Bernard Charlot aponta os objetos de estudo mais pesquisados na educação: “fracasso escolar, a violência na escola, cidadania, a parceria educativa, a qualidade da educação, a avaliação, e ainda, sem nunca sair de moda, a formação de professores”. (2006, p.14).

virtuais, por meio da forma como o jovem reconhece a si e aos outros no mundo material e como constrói e reconstrói suas identidades, seu corpo e suas roupas no mundo virtual.

A construção do conhecimento histórico dos estudantes tem motivado investigações sistemáticas sobre a cognição histórica, sendo um dos maiores desafios da prática do ensino de História o estabelecimento de uma correlação entre o saber histórico, a prática vivida pelos estudantes fora da sala de aula e a construção de suas identidades. Uma iniciativa nesse sentido é o projeto denominado “Jovens e a História”, que buscou inspiração em uma experiência de pesquisadores europeus chamada “Youth and History”, iniciada em 1994. Tal estudo tem por finalidade investigar as ideias históricas de alunos e professores de escolas públicas e particulares de seis países da América: Brasil, Argentina, Chile, Paraguai, Venezuela e Uruguai. Esse projeto é coordenado pelo professor Dr. Luis Fernando Cerri da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Os dados referentes à utilização de tecnologias pelos estudantes da cidade de Curitiba foram analisados neste estudo. Com esse objetivo, os questionários do projeto os questionários de Curitiba do projeto continham uma folha adicional sobre essa temática.

Nesse contexto, a moda aparece como um tema presente nas vivências dos jovens e que pode indicar significativas reflexões sobre consciência histórica, identidades individuais e sociais. A moda, fenômeno social e histórico, estabelece comportamentos e práticas que permitem o estudo de diferentes tipos de funções e intenções, assim como posicionamentos e compreensões históricas dos jovens por meio das roupas.

Os estudantes possuem processos de aprendizagem histórica que vão além do sistema formal; constroem saberes históricos que necessariamente não passam pela escola. A presença de outros tipos de saberes históricos, além do saber acadêmico (história – ciência) e escolar, indica a existência de condicionantes externos à prática pedagógica na formação histórica dos estudantes. A formação histórica dos estudantes depende apenas em parte da escola, sendo estritamente necessário considerar cada vez mais os meios de comunicação em massa, a família, bem como o ambiente em que os alunos vivem. (CERRI, 2001).

Esse panorama aponta para a necessidade de estudos que ultrapassem a história ensinada na escola e abordem outras formas de aprendizado histórico, pois indicam possíveis condicionamentos ou fatores determinantes que interferem no ensino da história escolar.

A moda é tratada por historiadores da arte e intelectuais em geral que discutem a sociedade de consumo, no entanto, aparece de maneira pontual entre os estudos da educação⁷. Ela consiste em um relevante objeto de análise para a compreensão da construção da consciência histórica dos jovens. Sobre esse aspecto, o princípio norteador dessa pesquisa sobre identidade remete ao pressuposto teórico da consciência histórica na perspectiva de Jörn Rüsen e outros.

Esta investigação justifica-se pela necessidade de ampliar as pesquisas⁸ que buscam identificar e analisar as formas de apreensão do conhecimento histórico, que são pensados em espaços e modos que não se limitam ao ambiente escolar e que se relacionam com outros saberes fora da escola. Soma-se a isso a crença em que este tipo de estudo possa contribuir para uma melhor compreensão do processo de ensino e aprendizagem em História.

No Capítulo 1, discuto a contribuição teórica de estudiosos que pesquisaram a moda como fenômeno social, ultrapassando o limite de uma história do indumentário. Há duas vertentes epistemológicas que explicam a moda como fenômeno social. A primeira tem como matriz explicativa a ideia da existência da moda com a função da imitação e da distinção social. Nesta perspectiva, encontram-se os trabalhos de Gabriel Tarde, Herbert Spencer, Georg Simmel e Thorstein Veblen. A outra vertente está vinculada ao filósofo francês Gilles Lipovetski (1987). Em sua obra *O Império do efêmero*, o estudioso discute a moda inserida no contexto da sociedade de consumo, assinalando a incompreensão mundial desse fenômeno e a ausência de uma discussão que se oponha ao discurso da moda como fator de distinção social, incapaz de explicar suas inconstâncias em todas as suas variáveis.

⁷ Ressalto a obra de Selva Guimarães e Astrogildo Fernandes da Silva Jr, *Ser Jovem no Brasil – trajetórias juvenis no campo e na cidade* (2012) que, dentre os diversos aspectos da cultura juvenil de uma escola do campo e outra da cidade, relatam a forma o vestir dos estudantes.

⁸ Alves – Mazotti identificou em suas investigações que os estudos em educação apresentam algumas características comuns, como sendo: “restritos a situações específicas e a teorização é pouca ou quase que totalmente insuficiente para ser aplicada a outros estudos de situações semelhantes”. (ALVES – MAZOTTI, 2001, p. 41).

A vertente epistemológica, utilizada para reiterar a escolha pelo objeto da moda como uma das mais expressivas linguagens de nossa sociedade, indica a moda como um fenômeno que surge como fato social. Pierre Bourdieu (1983) estudou a moda como uma linguagem capaz de construir numerosas representações simbólicas, inclusive de possíveis representações da consciência histórica. Ele observa a moda como um mecanismo de diferenciação simbólica entre as diversas posições e grupos sociais. O campo da moda é permeado por conflitos e concorrências por posições: como em outros campos, os subgrupos competem pela conquista e pela manutenção de posições hierarquicamente superiores.

As estruturas sociais são descritas por Bourdieu (1998) como sistemas complexos de culturas de classes, constituídos de conjuntos de gostos culturais e estilos de vida que a eles se associam. O consumo de bens culturais associados à classe alta pressupõe atitudes e conhecimento que não são de fácil acesso a membros de outras classes; mesmo aqueles considerados como “emergentes” não conseguiriam adquirir essas atitudes, pois sua educação e socialização são insuficientes para esse consumo.

O gosto se revela nas opiniões emitidas espontaneamente, nas apreciações estéticas ou no consumo de objetos culturais; fundamenta a ideia de que as representações do mundo social, ou seja, a representação que o indivíduo ou o grupo tem de si mesmo e a representação que tem dos outros são traduzidas por meio dos estilos⁹ de vida. Nesse sentido, a dinâmica da distinção social não se esgota no conflito simbólico pela imposição de uma determinada representação da sociedade, mas se estende na produção de novos gostos socialmente diferenciadores e no abandono progressivo das práticas culturais quando estas são apropriadas pelas camadas inferiores.

Assim, o consumo da moda constitui-se em um capital simbólico. As diferenças entre os grupos estariam inscritas na estrutura do espaço social, ou seja,

⁹ Estilo: O conjunto de traços particulares que define desde as coisas mais banais até as mais altas criações artísticas. É o conjunto de características que determina a singularidade de alguma coisa; ou, em termos mais exatos, é o conjunto de traços recorrentes do plano do conteúdo ou da expressão por meio dos quais se caracteriza um autor, uma época, etc. O termo “estilo” alude, então, a um fato diferencial: diferença de um autor em relação ao outro, de uma época em relação a outra, etc. Os imitadores, os que parodiam, os falsificadores em pinturas, os covers, etc. “copiam” exatamente esse conjunto de traços. (MIRANDA, 2008, p. 82).

nossa relação com a moda passa por uma necessidade de integração ao grupo a que pertencemos. Ao mesmo tempo, podemos utilizar a moda para, integrados ao grupo a que pertencemos, possamos exibir nosso estilo pessoal, nossa marca; diferenciarmo-nos do resto do grupo.

Ainda no Capítulo 1, recorro aos estudos sociológicos de Zygmunt Bauman (2005) e de Stuart Hall (2006), com a finalidade de empregar o conceito de identidade no processo dos jovens estudantes. As perspectivas dos dois autores se aproximam e se relacionam na medida em que concebem as identidades como resultado de caráter processual, referencial e relacional dos tempos da modernidade líquida.

Os dados obtidos nas observações de campo, no grupo focal, nas entrevistas realizadas e na construção dos avatares, foram analisados sob o prisma dos conceitos de identidade, consciência histórica e cultura histórica do alemão Jörn Rüsen (RÜSEN, 2001a), segundo os quais os seres humanos interpretam suas experiências da evolução temporal e de vivência no mundo. No decorrer do trabalho, lancei mão desses conceitos que foram retomados e discutidos sempre que se fez necessário. Ainda nesse capítulo, foi aberto um parênteses para uma discussão sobre o cangaço, objetivando explicar o conceito de cultura histórica e sua relação com a moda.

No Capítulo 2, discuto alguns aspectos da cibercultura, relacionando-os com a educação. Com a finalidade de contextualizar os sujeitos desta pesquisa, foram analisados os dados obtidos com o projeto “Jovens e a História”, em 2012, na cidade de Curitiba, relacionando os jovens com o uso das tecnologias.

Nesta pesquisa, além da análise dos dados quantitativos do projeto “Jovens e a História”, foi empregada uma abordagem qualitativa de pesquisa devido às características do objeto de pesquisa e da problemática elaborada, cujos resultados são apresentados no Capítulo 3, de forma a buscar compreender as características essenciais do objeto. Neste caso, o pensamento histórico dos jovens estudantes relacionados à moda. A observação participante foi escolhida uma vez que o vestir demonstra evidências capazes de captar dados psicológicos e motivacionais, pressupostos, quadros de referência ou situações nas quais simples observações

qualitativas não seriam eficazes em sua percepção, pois os indicadores relacionados à moda fazem parte de um funcionamento complexo de estruturas e de organizações difíceis de submeter à observação direta. (HAGUETTE, 1987).

A temática da moda comporta a elaboração e aplicação de instrumentos de pesquisa que possuam a finalidade de entender a mobilização da consciência histórica na tomada de decisões do cotidiano, utilizando novas tecnologias intelectuais, em que os jovens estudantes possam criar avatares segundo suas próprias identidades, em ambientes 3D *on-line*, a partir do emprego de técnicas de simulação, como as ofertadas pelo jogo The Sims.

A palavra “avatar”, aqui utilizada, refere-se às figuras que são criadas pelos usuários de aplicativos, permitindo sua "personalização" no mundo *on-line*. No contexto do ciberespaço, amplia-se seu sentido original e passa a representar corpos virtualizados (avatar) que, incorporados por usuários, muitas vezes, assumem múltiplas identidades na interação propiciada pelos mundos virtuais voltados ao mundo real, ao outro, como ser significante e como significado. O tipo de espaço virtual exerce influência na configuração do avatar, que pode ser uma representação fiel do usuário, permitindo até mesmo formas antropomórficas.

A apreciação desses avatares, juntamente com entrevistas e depoimentos dos estudantes, permitiu a elaboração de categorias de análise relacionadas ao poder simbólico e por consequência entendido como narrativa, que a moda possui, capaz de expressar a identidade e as possibilidades de compreensão da consciência histórica.

As técnicas de simulação, em particular as que envolvem imagens interativas, possuem a capacidade de variação dos parâmetros de modelos analíticos e de observação do imediato. Na pesquisa educacional, seu principal interesse não está, evidentemente, na substituição da experiência, nem em fazer às vezes de realidades, mas em permitir a formulação e a rápida exploração de um grande número de hipóteses. (LÉVY, 1999).

Nas Considerações Finais, aponto para a possibilidade da utilização de ferramentas do ciberespaço que comporta a união e o estabelecimento de relações

de análise entre dois fatores presentes na cultura juvenil: a moda e as novas tecnologias intelectuais.

CAPÍTULO 1

A MODA ENTRE O INDIVÍDUO E A SOCIEDADE

1.1 Do surgimento da moda ao culto do “novo”

A moda como fenômeno de mudança regular do vestuário surge durante o final da Idade Média e o começo da Idade Moderna. Esse fenômeno deriva de um momento histórico em que alguns fatores ocorreram como o surgimento da burguesia e o movimento de ostentação de riquezas que ela criou a fim de manter sua presença perante a aristocracia. O contato com o Oriente, com o luxo das pedrarias e dos tecidos, e a valorização desses artigos obrigam a Igreja Católica a estabelecer leis chamadas de “suntuárias”¹⁰ que tinham por finalidade controlar o desejo por bens de luxo, os quais poderiam contribuir para atos imorais, como a vaidade, considerada um pecado grave (SVENDSEN, 2010, p. 84). As leis suntuárias serviram para reforçar o papel das roupas como dispositivo eficaz de distinção social. No entanto, a sociedade mercantil era caracterizada por uma mobilidade social crescente, o que acabou por tornar essas leis ineficazes.

O aparecimento da moda, assinalada pela aceleração e regularidade, durante o final da Idade Média, baliza a tomada da vontade de expressão da singularidade e da exaltação da individualidade, em que o poder social dos signos é prova de uma consciência inédita de identidade subjetiva. Passa a existir um novo “sentido para a identidade pessoal e para a legitimação da expressão individual, um novo relacionamento social em relação à norma coletiva, a validade da renovação e do presente social combinado com o surgimento da lógica individualista-estética enquanto lógica da diferença e da autonomia”. (LIPOVETSKY, 1997, p. 61).

O sentido moderno da moda surge ao longo da segunda metade do século XIX, com a expansão da sociedade industrial que provocou uma democratização no consumo de roupas pelas classes mais pobres. Tal fato permitiu o acesso dos sujeitos à moda como fator de integração social. A produção e o consumo de massa

¹⁰ Palavra que deriva do latim *sumptuarius* (referente a “luxuoso”).

se espalharam rapidamente, transformando-se cada vez mais em consumo de símbolos.

1.2 Dinâmicas sociológicas da imitação e da diferenciação

A moda torna-se um tema das ciências sociais, sobretudo da sociologia, a partir do século XIX. O paradigma da imitação-distinção como motor de suas mudanças virou uma espécie de aporte em que inúmeros pensadores basearam suas explicações.

Na “Teoria dos sentimentos morais” de Adam Smith, são encontrados os primeiros elementos para uma teoria em que o consumo simbólico da moda é tido como um mecanismo autoestimulador:

“É em razão de nossa disposição para admirar e, conseqüentemente, para imitar os ricos e os notáveis, que lhes é possível estabelecer, ou conduzir o que chamamos de moda. A roupa que vestem é a roupa em moda; a linguagem que usam em sua conversa é o estilo em moda; o porte e as maneiras que exibem são o comportamento em moda. Até seus vícios e desatinos estão em moda, e a maior parte dos homens orgulha-se de imitá-los e assemelhar-se a eles nas próprias qualidades que os desonram e desgraçam”. (SMITH, 1759/1999, p. 74).

Posteriormente, influenciado por Smith, Kant aponta a moda como um fenômeno de imitação das classes superiores pelas classes inferiores. Seus pressupostos irão nortear os estudos sobre moda até os dias atuais.

É uma propensão natural do ser humano comparar o próprio comportamento com o de alguém mais importante (a criança com o adulto, o inferior com o superior) e imitar suas maneiras. Uma lei dessa imitação, para meramente não parecer inferior aos demais e onde de resto não se pensa em tirar nenhum proveito, chama-se moda. (...) Estar na moda é uma questão de gosto: o fora da moda é um extravagante. É, porém melhor sempre ser um louco na moda que um louco fora dela, caso se queira dar essa denominação severa àquela vaidade, título que a mania de moda realmente merece quando sacrifica coisas verdadeiramente úteis, ou até deveres, àquela vaidade. – Todas as modas constituem, já por seu mero conceito, modos de vida inconstantes. Pois se o jogo da imitação for fixado, então esta se tornará costume, onde já não se visa o gosto. (...) Por conseguinte, a moda não é propriamente uma questão de gosto (pois pode ser extremamente contrária a ele), mas da mera vaidade de querer se

distinguir, e de competição, a fim de superar os outros (...). (KANT, 2006, p. 142-143).

A moda e sua relação com a estrutura social são delineadas por Herbert Spencer (1854) que evidencia que seu fundamento está baseado nos princípios de distinção e de imitação. A mutabilidade da moda consiste no movimento das classes sociais mais populares em procurar respeitabilidade social, copiando os modos de ser e parecer das classes mais ricas que, por sua vez, seriam obrigadas a modificar ou criar novas modas em substituição as que foram adotadas pelas camadas populares.

O economista norte-americano de origem norueguesa Thorstein Veblen¹¹ (1857-1929) foi o pioneiro na discussão da moda como fenômeno social e em sua aproximação com o consumo, inserindo a roupa e a vestimenta como símbolos de *status* social. Ele desenvolveu a teoria do “consumo conspícuo” (1899), na qual as posses têm valor simbólico como pauta de distinção social. A moda é vista como a expressão mais completa do “consumo conspícuo”, relacionada com a lógica da diferenciação social dos grupos mais ricos. Os sujeitos não tem o princípio do consumo conspícuo como pretexto específico de consumo, mas sim como sinal de *status* social.

Segundo o estudioso, o consumo das classes superiores obedece essencialmente ao princípio do esbanjamento ostentatório (VEBLEN, 1974), o qual acaba por atrair estima e inveja dos outros. O que está na raiz do consumo é a rivalidade entre os sujeitos, a alta estima que os leva a comparar-se, estar em situação de vantagem em relação aos outros e prevalecer sobre eles. Conquistando honra e prestígio, exibindo e ostentando, os sujeitos veem a moda como instrumento de obtenção da honorabilidade social, de estima social, uma espécie de competição estatutária.

¹¹ O autor é conhecido na área de teoria econômica como representante da corrente denominada “institucionalismo americano”. Influenciado pela escola histórica alemã, ele destaca a importância econômica dos hábitos de conduta e de pensamento vigentes nos diferentes grupos humanos, ressaltando desse modo o peso que a história, a sociedade e as instituições têm na origem e na difusão dos comportamentos econômicos.

Os objetos como expoentes de classe, significantes e discriminantes de classe, funcionam como signo de mobilidade e de aspiração social. O princípio da moda é a tentativa das classes superiores que, obrigadas a conquistar honra e prestígio, deveriam exibir luxo e adotar constantemente as novidades nos estilos de vestuário. O consumo ostentatório é tido como instituição social encarregada de significar a posição social, em razão de seu valor de “troca de signo”, isto é, em razão do prestígio, do status da posição social que confere como instrumento da hierarquia social e nos objetos um lugar de produção social das diferenças e dos valores estatutários. O conceito de moda de Veblen, baseado na teoria de consumo conspícuo, dá ênfase a uma das características mais visíveis da moda: o poder de distinção social.

Com uma teoria mais sofisticada que a de Veblen, o sociólogo e filósofo alemão Georg Simmel, em seu ensaio *Philosophie der Mode* (1904), aponta a moda como um fenômeno singular em sociedades que a utilizam como fator social diferenciador. Defende que a moda é um fenômeno das sociedades urbanas e industrializadas, pois nelas seus habitantes possuem acesso a círculos sociais mais amplos, o que deriva uma tomada de consciência da subjetividade, da individualidade, fato este que não ocorria na vida rural. (RINHO, 2002, p. 25).

Assim que uma tendência é copiada por uma classe inferior na tentativa de adquirir o prestígio das classes superiores, automaticamente ela é substituída. Isso leva a um movimento contínuo de imitação, substituição e diferenciação que fundamenta a teoria sobre moda de Simmel. A explicação clássica de difusão da moda é, portanto, que ela é criada no topo da sociedade e depois imitada pelos estratos inferiores. Segundo o autor, a moda possui uma dupla função: propicia tanto a diferenciação, quanto a imitação. Por meio da imitação, a moda insere o sujeito no grupo, e a distinção permite sua singularidade, sua individualidade.

O filósofo francês Gabriel da Tarde aponta em sua obra, *As leis da imitação* (1890), que o desejo de consumo é composto de relações sociais que adotam certas “leis de imitação”. A moda é entendida como fator de congregação dos sujeitos em uma sociedade e cria o presente social. Fundamentalmente, é uma configuração de

relação entre esses, uma veneração pela imitação, enquanto forma de sociabilidade presente em todas as épocas históricas.

A moda opõe-se ao costume, porém ambos são formas de imitação. O costume é uma forma de imitação rotineira do passado que permite às entidades sociais reproduzirem-se de modo idêntico, enquanto que a moda seria uma imitação que causa o novo. Tarde aponta para outras esferas sociais, como a legislação, a moral, o governo, a religião, que também sofrem com as mudanças suscetíveis do ritmo da moda; logo, ela se constitui como um fenômeno social.

Roland Barthes (2009) define a moda como linguagem, como um sistema¹² produtor de signos e discursos construídos em torno do corpo. Para ele a roupa é um campo sistêmico permanente. A moda produz seu próprio ritmo, logo, as relações entre significante e significado não se dão de modo simples e linear. Barthes faz uso do modelo da linguística no estudo do vestuário.

Uma estrutura onde os elementos não têm valor próprio, mas são significantes por estarem interligados por um conjunto de normas coletivas. (...) Definido por correlações normativas que justificam, obrigam, proíbem, toleram, em resumo regulam a disposição das peças num usuário concreto, captado em sua natureza social, histórica, é um valor. (BARTHES, 2009, p.266).

O estudioso aponta ainda para a ausência de estudos da funcionalização do vestuário, pois a história das indumentárias confundiu critérios internos e externos de diferenciação, sendo o vestuário explicado como um significante particular de um significado geral.

O filósofo francês Gilles Lipovetsky, em *O império do efêmero* (1987), ressalta que os teóricos da moda de grande parte do século XX adotaram uma explicação comum à lógica inconstante da moda que deve ser entendida a partir dos “fenômenos de estratificação social e das estratégias mundanas de distinção honorífica”. (LIPOVETSKY, 1987).

¹² Barthes (2009) entende a moda como sistema em uma convergência de sentidos, de lógicas que se aglutinam em trocas e, sendo assim, é um laboratório de si em permanente mudança. A moda como êxtase laboratorial da cultura, da consciência em desvario por querer ser, por estar a ser, por indagar do ser.

O referido autor discute a moda inserida no contexto da sociedade de consumo, assinalando para a incompreensão mundial desse fenômeno e a ausência de uma discussão que se oponha ao discurso da moda como fator de distinção social, incapaz de explicar suas inconstâncias em todas as suas variáveis. A obra de Lipovetsky localiza a moda como fator de direção nas sociedades contemporâneas ao estudar a individualidade narcisista moderna. O autor posiciona-se contrário às concepções e o tratamento histórico anteriores dados à moda.

A moda atinge todas as camadas da sociedade moderna do Ocidente, segundo Lipovetski, remodelando toda a sociedade a sua imagem. Ela se tornou hegemônica nas sociedades democráticas, consolidando-as. Como estimula o individualismo, os cidadãos das sociedades liberais sentem-se pouco dispostos a considerar interesses gerais; os interesses individuais predominam em detrimento dos coletivos. A moda torna o mundo mais democrático, pois substitui as disputas de fundo por um gosto de superfície.

A lógica da moda cria um conformismo, um valor à vida privada, ao individualismo, à identidade e à aparência. Para o autor, a moda deve ser analisada como interpretação geral do fenômeno histórico, das grandes estruturas, dos desvios organizacionais, sociológicos e estéticos, “Forma de uma temporalidade e de uma sociabilidade específicas, a moda, antes de ser o que se explica pela sociedade, é uma fase e uma estrutura coletiva”. (1997, p. 266).

A trajetória teórica esboçada anteriormente pretendeu demonstrar as variadas contribuições de estudiosos no intuito de estabelecerem a moda como campo científico, entretanto, eles não conseguiram prever a dimensão emblemática desse fenômeno social na contemporaneidade, pois ela tornou-se a melhor tradução da dinâmica capitalista em um mundo globalizado. A moda é a responsável pela multiplicação de signos, além de determinar um efeito complexo na criação de sociabilidades e definição de éticas grupais, produzindo uma lógica identificatória.

A moda é uma manifestação que aborda elementos simbólicos, mas que também está inserida em um sistema simbólico, envolvendo aspectos como identidade, individualidade, desejo, sedução, além de movimentar estruturas sociais, como a economia, a cultura e as artes.

O aparato teórico deste trabalho é fornecido por Pierre Bourdieu que trata a moda como símbolo de *status* e de distinção social entre grupos de indivíduos, evidenciando a preocupação e a construção da aparência e do gosto como formas de externar a posição social. Além de desconstruir o discurso de singularidade da moda, ressalta que os condicionamentos materiais e simbólicos agem sobre a sociedade e os indivíduos em uma complexa relação de interdependência. O autor compreende a moda como elemento material fundamental de distinção entre os indivíduos, mas que também pode ser um fator de semelhança. É um vetor de organização social e está inscrito no corpo, na roupa.

1.3 Bourdieu - A construção do gosto e o consumo da moda

Pierre Bourdieu (1930 - 2002) investiga o fenômeno da moda a partir de seu referencial teórico-metodológico baseado em modelos analíticos e categorias fundamentais. As categorias de Bourdieu são propostas com um alto grau de autonomia e formalização, justamente porque se aplicam a uma variedade de situações empíricas, o que permite sua utilização no estudo de diferentes dimensões sociais, inclusive no campo da moda.

Primeiramente, faz-se necessário ressaltar que Bourdieu elabora seus conceitos a partir de um embate continuado com problemas empíricos específicos de pesquisa, buscando apurar, a partir destes, as tradições de pensamento que orientavam seus conceitos. Avesso à filiação de escolas, mas dialogando constantemente com os grandes teóricos da sociologia, como Émile Durkheim, Max Weber e Karl Marx, o estudioso defende a pesquisa empírica como condição do desenvolvimento da ciência social. Ele não abdica da possibilidade de uma teoria geral, afirmando apenas que tal teoria deveria surgir não de um debate “escolástico” sem referência a problemas empíricos particulares, mas da aplicação e subsequente refinamento de um conjunto limitado de noções e de variedades de domínios da realidade social.

O estruturalismo foi um dos aportes teóricos utilizados por Bourdieu até aproximadamente o início da década de 1970¹³. Segundo François Dosse (p. 89, 1993), mesmo já distanciado do estruturalismo formal, a postura estruturalista é base do trabalho de Bourdieu que visa comprovar que existir simbolicamente constitui na distinção social, ainda que assuma um estruturalismo moderado, uma vez que seu indivíduo tem um *habitus* estruturalmente determinado, definido pelo próprio teórico como:

(...) princípios geradores de práticas distintas e distintivas – o que o operário come, e, sobretudo sua maneira de comer, o esporte que pratica e sua maneira de praticá-lo, suas opiniões políticas e sua maneira de expressá-las diferem sistematicamente do consumo ou das atividades correspondentes do empresário industrial; mas também são esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes. O essencial é que, ao serem percebidas por meios dessas categorias sociais de percepção, desses princípios de visão e de divisão, as diferenças nas práticas, nos bens possuídos, nas opiniões expressas tornam-se diferenças simbólicas e constituem uma verdadeira *linguagem*. As diferenças associadas a posições diferentes, isto é, os bens, as práticas e, sobretudo, as *maneiras*, funcionam, em cada sociedade, como as diferenças constitutivas de sistemas simbólicos (...), conjuntos de traços distintivos e sistemas diferenciais constitutivas de um sistema mítico (...). (BOURDIEU, 2007, p. 159).

O sociólogo incorpora o esquema dos pares opostos¹⁴ como sendo a estrutura fundamental, tanto dos esquemas mentais como do espaço social, que se produzem e reproduzem mutuamente. (SILVEIRA, 2006, p.176).

Seguindo a tradição de Ferdinand de Saussure e Claude Lévi-Strauss, ao aceitar a existência de estruturas objetivas independentes da consciência e da vontade dos agentes, Bourdieu difere desses autores quando argumenta que tais estruturas são produtos de uma gênese social dos esquemas de percepção, de pensamento e ação. As estruturas, as representações e as práticas constituem e são constituídas continuamente. (BOURDIEU, 1987, p. 147).

¹³ Em numerosos aspectos, o estruturalismo ainda está presente na obra de Bourdieu *A distinção – crítica social do julgamento* (1979), que fundamenta as análises realizadas neste texto.

¹⁴ Para Durkheim, as categorias fundamentais do pensamento seriam socialmente construídas, em função da superioridade ontológica do coletivo. Estas categorias teriam a estrutura de pares opostos. Bourdieu admite que este padrão esteja tanto na base da construção do espaço social quanto do *habitus* mesmo nas sociedades contemporâneas. (SILVEIRA, 2006, p.171)

Bourdieu insere seus estudos sobre o fenômeno da moda no patamar dos estudos sobre magia e fetichismo. Para isso, dialoga com a sociologia de Marcel Mauss e de Émile Durkheim. Para responder à pergunta sobre magia, elaborada por Mauss no fim de seu ensaio, “Onde está o equivalente a magia¹⁵ em nossa sociedade?”, Bourdieu aponta para a revista francesa de moda “Elle”, pois observa a moda como um mecanismo de diferenciação simbólica entre as diversas posições e grupos sociais.

O gosto¹⁶, princípio básico da escolha do vestuário, revela-se nas opiniões emitidas espontaneamente, nas apreciações estéticas ou no consumo de objetos culturais. Ele fundamenta a ideia de que as representações do mundo social, ou seja, a representação que o indivíduo ou o grupo tem de si mesmo e a representação que tem dos outros, são traduzidas pelos estilos de vida. Nesse sentido, a dinâmica da distinção social não se esgota no conflito simbólico pela imposição de uma determinada representação da sociedade, mas se estende na produção de novos gostos socialmente diferenciadores e no abandono progressivo das práticas culturais quando estas são apropriadas pelas camadas inferiores, produzindo capital¹⁷ social.

Investigando dimensões da vida social, a partir de um referencial teórico-metodológico baseado em suas categorias fundamentais (*habitus*, campo, capital social, capital econômico, capital cultural, entre outros), Bourdieu elabora, a partir da hipótese da unidade dos gostos, uma ampla pesquisa de caráter qualitativo e quantitativo, durante o ano de 1963, com entrevistas aprofundadas e observação etnográfica de 692 homens e mulheres de Paris e de cidades do interior da França. Entre 1967 e 1968, uma pesquisa complementar eleva para 1.217 o número de pessoas entrevistadas. O questionário consistia em questões sobre a prática

¹⁵ Grifo da autora.

¹⁶ Os gostos, entendidos como o conjunto de práticas e de propriedades de uma pessoa ou de um grupo, são produtos de um encontro (de uma harmonia pré-estabelecida) entre bens e um gosto (...). Os gostos, como conjunto de escolhas feitas por uma pessoa determinada, são, portanto, o produto de um encontro entre o gosto objetivado do artista e o gosto do consumidor. (...) Os gostos são engendrados no encontro entre uma oferta e uma demanda ou, mais precisamente, entre objetos classificados e sistemas de classificação. (BOURDIEU, 1983b, p. 128, 129 e 130).

¹⁷ Bourdieu amplia a concepção marxista. Por capital entende não apenas o acúmulo de bens e riquezas econômicas, mas todo recurso ou poder que se manifesta em uma atividade social. Assim, além do *capital econômico* (renda, salários, imóveis), é decisiva para o sociólogo a compreensão de *capital cultural* (saberes e conhecimentos reconhecidos por diplomas e títulos) e *capital social* (relações sociais que podem ser convertidas em recursos de dominação).

fotográfica e atitudes a respeito da fotografia, além de perguntas sobre decoração, vestuário, música, culinária, leitura, cinema, pintura, música, audição de rádio e artes amadoras. Adicionam-se à pesquisa outras quatro investigações realizadas pelo Instituto Nacional de Estatística e de Estudos Econômicos da França (INSEE) e dados extraídos de pesquisas complementares¹⁸.

A partir dessas experiências de investigação, Bourdieu publica, em 1976, uma grande pesquisa intitulada *Anatomia do gosto*. Mais tarde, em 1979, essa mesma pesquisa é publicada em forma de livro com o título *A distinção – crítica social do julgamento*.

Com base nos dados dessas pesquisas, Bourdieu fundamenta a ideia de que as representações do mundo social, ou seja, a representação que o indivíduo ou o grupo tem de si mesmo e a representação que tem dos outros, traduzem-se por meio dos estilos de vida. Estabelece que as práticas culturais, juntamente com as preferências em assuntos como educação, arte, mídia, música, esporte, posições políticas, entre outros, estão relacionadas ao nível de instrução, submetidas ao volume global de capital acumulado e aferidas pelos diplomas escolares ou pelo número de anos de estudo e, secundariamente, à herança familiar. Desmistifica a afirmação da ordem do senso comum quando explicita que o “gosto não se discute”. Mais do que isso, o gosto classifica e distingue; aproxima e afasta aqueles que experimentam os bens culturais.

Contudo, Bourdieu (2007, p. 205-222) afirma que o gosto cultural é produto e fruto de um processo educativo, ambientado na família e na escola, e não fruto de uma sensibilidade inata dos agentes sociais. Desmistificando a crença de que gosto e os estilos de vida seriam uma questão de foro íntimo, assegura que o gosto é, ao contrário, o resultado de complexas relações de força poderosamente baseadas nas instituições transmissoras de cultura da sociedade capitalista. Para fundamentar essa afirmação, argumenta que essas instituições, a família e a escola, são responsáveis pelas nossas competências culturais ou gostos culturais. De um lado, destacou o aprendizado precoce e insensível, efetuado desde a primeira infância, no seio da família, e prolongado por um aprendizado escolar que o pressupõe e o

¹⁸ Rainho, 2010, p. 153.

completa (aprendizado mais comum entre as elites). De outro, os aprendizados tardios, metódicos e acelerados, adquiridos nas instituições de ensino, fora do ambiente familiar; em tese, um conhecimento aberto para todos.

Assim, a distinção entre esses dois tipos de aprendizado, o familiar e o escolar, refere-se a duas maneiras de adquirir bens da cultura e com eles se habituar. Ou seja, os aprendizados efetuados nos ambientes familiares seriam caracterizados pelo seu desprendimento e invisibilidade, garantindo ao seu portador certo desembaraço na apreensão e apreciação cultural; por sua vez, o aprendizado escolar sistemático seria caracterizado por ser voluntário e consciente, garantindo a seu portador uma familiaridade tardia com a produção cultural.

O autor apresenta o gosto como sendo “um senso social de lugar” que, além de permitir orientar o sujeito no espaço social, atribui-lhe um lugar específico dentro dele. O gosto está condicionado ao social ao mesmo tempo em que está “inscrito no corpo” e, por sua vez, é um portador de valores. Para Bourdieu, os padrões sociais de gosto são corporificados; ele se utiliza para essa circunscrição de seu conceito de *habitus*. Este conceito permite articular a dimensão individual como as sujeições estruturais, considerando a ação social tanto como decorrência de estruturas sociais herdadas, quanto como escolhas ou cálculo racional do indivíduo que são, no entanto, mediadas por disposições. As disposições possuem suas origens em um nível pré-consciente da ação e não passam pelo raciocínio do indivíduo. Elas indicam e permitem escolher uma possibilidade como única adequada e condizente com seus padrões culturais. Sendo assim, “considera-se a experiência dos agentes como uma relação eficaz e histórica entre o passado (ou a cultura), que cada pessoa herda em seu processo de socialização, incorporado como estruturas cognitivas que organizam a percepção do mundo, o pensamento e, portanto, as ações variadas e contingentes no cotidiano”. (LUGLI, 2007, p. 27-28).

O conceito de *habitus* representa a vinculação entre a ação individual e as condições sociais e culturais, gerando diferentes comportamentos perante as contingências, mas segundo uma lógica específica que não aparece para os agentes como uma construção lógica. O *habitus* produz “(...) escolhas sistemáticas no campo da ação (uma de suas dimensões é composta pelas escolhas comumente

reconhecidas como estéticas)” (BOURDIEU, 2007, p. 428). De tal modo, o gosto é resultado de uma construção que os agentes sociais realizam de si mesmo e daqueles que os cercam.

O gosto classifica aquele que procede a classificação: os sujeitos sociais distinguem-se pelas distinções que eles operam entre o belo e o feio, o distinto e o vulgar; por seu intermédio, exprime-se ou traduz-se a posição desses sujeitos nas classificações objetivas. (BOURDIEU, 2007, p. 13).

Para a análise de Bourdieu é elementar que existam relações sociais objetivas, mesmo que os agentes no campo não percebam. São as estruturas sociais que determinam as ações individuais e as preferências das pessoas, mas sem que estas precisem tomar consciência delas. É a categoria de *habitus* que nos permite acreditar que escolhemos o que de fato nos foi imposto. Para Svendsen (2010), a liberdade de escolha individual não existe para Bourdieu, pois a escolha é um reflexo direto de afiliação de classe objetiva; o gosto autônomo é tudo menos autônomo (p. 57-58).

A eficácia da distinção social para Bourdieu não se esgota no conflito simbólico pela imposição de uma determinada representação da sociedade, mas se desdobra na produção de novos gostos socialmente diferenciadores e no abandono progressivo das práticas culturais pelas camadas mais altas quando essas práticas são apropriadas pelas camadas inferiores.

A distinção, ou capital simbólico¹⁹, seria a diferença inscrita na própria estrutura do espaço social quando apreendidas segundo categorias apropriadas a essa estrutura. O determinante do consumo simbólico não é a imitação das classes mais altas pelas mais baixas, mas sim as estratégias de diferenciação usadas pelas classes mais altas em relação às mais baixas. A aquisição de certos objetos, sejam eles obras de arte ou roupas de determinados estilistas ou grifes²⁰, faz com que o

¹⁹O capital simbólico para Bourdieu é uma medida do prestígio e/ou do carisma que um indivíduo ou instituição possui em determinado campo. Deste modo, a partir dessa marca quase invisível de distinção, o capital simbólico permite que um indivíduo desfrute de uma posição de proeminência frente a um campo, e tal proeminência é reforçada pelos signos distintivos que reafirmam a posse desse capital.

²⁰ Caso particular de todas as operações de transferência de capital simbólico pelas quais o agente ou, mais exatamente, uma instituição age por intermédio de um agente devidamente mandatado, investem de valor um produto. (BOURDIEU, 1975, p. 44).

bem seja transformado “numa negação reificada de todos aqueles que não são dignos de possuí-los, por lhes faltarem os meios materiais ou simbólicos para adquiri-lo”. (BOURDIEU, 2007, p.257). A moda seria uma invenção das classes altas com a finalidade de distinção entre seus próprios integrantes e entre os de outras classes. Para Bourdieu,

O valor distintivo de um produto é, por definição, relacional, isto é relativo à estrutura do campo na qual ele se define, o poder de distinção de um bem da moda pode continuar a ser exercido a serviço de um grupo que ocupa determinada posição na estrutura social – e ao mesmo tempo na estrutura da distribuição desse bem – e mesmo que ele não seja mais exercido em virtude precisamente do acesso de um novo grupo a esse bem, pelo grupo que ocupa uma posição imediatamente superior. (BOURDIEU, 2001, p. 31).

Nessa perspectiva, a moda é inserida em um amplo conjunto de práticas culturais, a partir das quais Bourdieu aponta três estruturas de consumo utilizadas pelas classes dominantes no processo de diferenciação: alimentação, cultura, despesas com apresentação de si e com representação (vestuário, cuidados de beleza, artigos de higiene). O valor que as diferentes classes atribuem à apresentação pessoal, a atenção que lhe prestam e a consciência que têm dos ganhos que ela traz, assim como os investimentos de tempo, esforços, privações, cuidados que elas lhe dedicam, seriam proporcionais às oportunidades de lucros materiais ou simbólicos que podem esperar como retorno. (BOURDIEU, 2007, p.171).

As estratégias de diferenciação utilizadas pelas classes mais altas em relação às mais baixas servem como força propulsora na produção de novos gostos. Com a perda da exclusividade das modas pelas classes altas, há a necessidade de substituição por novas modas que possam funcionar como símbolos de distinção de classe. Isto porque, quanto maior for o número de pessoas que têm acesso a um determinado bem, menor será o seu valor distintivo. Para o autor, o consumo de roupas pelas camadas populares é caracterizado pelo “gosto da necessidade” a partir da funcionalidade, tendo uma função mais utilitária do que o consumo da burguesia, que possui gostos de luxo, facilitados e garantidos pela posse de um capital econômico. (BOURDIEU, 2007, p. 171).

Segundo Bourdieu, o capital econômico, sob a forma dos diferentes fatores de produção (terras, fábricas, trabalho) e do conjunto de bens econômicos (dinheiro, patrimônio, bens materiais), é acumulado, reproduzido e ampliado por meio de estratégias específicas de investimento econômico e de outras áreas. Essas estratégias estão relacionadas a investimentos culturais e à obtenção ou manutenção de relações sociais. Podem possibilitar o estabelecimento de vínculos economicamente úteis a curto ou longo prazo.

A alta costura fornece à classe dominante as marcas simbólicas da “classe”, celebrando sua distinção. O vestuário, para Bourdieu, torna-se suporte da distinção social e, ao mesmo tempo, objeto privilegiado do trabalho de transfiguração cultural. Porém, assinala a “deterioração do poder de distinção da moda” quando ocorre a degradação no tempo e no valor dos bens da moda, momento em que as classes sociais mais baixas começam a se apropriar desses bens por meio das liquidações, dos supermercados, etc.

O capital “simbólico” pode ser inflacionado como outros tipos de capital; o valor distintivo de um objeto diminui à medida que ele é apropriado por um número maior de pessoas, o que acontece tanto no campo das artes como no campo da moda. Segundo Svendsen (2010), Bourdieu compreende que:

(...) todo capital é relacionalmente determinado no sentido de que o valor de qualquer coisa depende do que os outros têm. Para que algo tenha um valor alto é imperativo que outros não o possuam. Uma coisa pode ter valor simplesmente por haver uma escassez. E é por isso que é importante fazer distinções (p. 56).

A mudança de gosto deve deter um “capital de autoridade estética” de tal forma que a escolha não pareça, em momento algum, como falta de gosto. Bourdieu aponta os artistas e os intelectuais de vanguarda como sendo os transgressores iniciais e os primeiros responsáveis por essa reclassificação do gosto, que acabam por produzir uma “legitimidade estética” para a utilização de bens que antes não eram considerados legítimos de uso. (BOURDIEU, 2001, p. 32).

O mundo social representado, ou seja, o espaço dos estilos de vida é constituído por meio da relação entre as competências que definem o *habitus*, ou

seja, capacidade de produzir práticas e obras aceitáveis, além da capacidade de diferenciar e apreciar essas práticas e esses produtos (gostos). Desse modo, o espaço social e as diferenças apresentadas por ele funcionariam, simbolicamente, como espaço dos estilos de vida, ou como um conjunto de grupos caracterizados por estilos de vida diferentes.

A posse de um bem distingue e a questão do gosto define e reforça posições sociais. É certo também que o gosto, longe de algo “inerente”, é cultivado e apreendido conforme o *habitus*. Contudo, é difícil explicar a difusão e o consumo da moda apenas sob a perspectiva da distinção social.

Entretanto, Bourdieu opera com a diferenciação de classe antes do processo da moda e considera que está reproduz aquela, sobretudo pelos vínculos que estabelece entre produção, circulação e consumo. Longe do economicismo produtivista que não reconhece o papel do consumo na constituição das classes e na organização das suas diferenças, para o autor “as classes se diferenciam tal como no marxismo, pela sua relação com a produção, pela propriedade de certos bens, mas também pelo aspecto simbólico do consumo, ou seja, pela maneira de usar os bens, transformando-os em signos”. (BOURDIEU apud CANCLINI, 2005, p. 73).

O campo da moda está situado em uma posição intermediária entre os campos artístico e econômico; revela certos mecanismos característicos de uma economia na qual os interesses só podem ser satisfeitos se forem dissimulados nas e pelas próprias estratégias que visam satisfazê-los, representando o que Bourdieu chama de “alquimia social”. Ou seja, uma operação de transubstanciação que, sem alterar em nada a natureza psíquica do produto, modifica radicalmente sua qualidade social.

Para finalizar, Bourdieu alerta para a imposição da legitimidade do gosto como forma acabada da violência simbólica²¹; violência atenuada que só pode ser

²¹ A violência simbólica para Bourdieu não é considerada um simples instrumento a serviço da classe dominante, é também um jogo exercido através da disputa entre os agentes sociais. O capital simbólico permite um (re)conhecimento imediato da dominação do elemento que o possui sobre os demais elementos do campo. É assim o instrumento principal da violência simbólica, ao impor seu peso sobre os que não o possuem ou o possuem em quantidades inferiores em um dado campo.

exercida pela cumplicidade de suas vítimas. A transformação do *ethos* da classe dominante em uma ética universal tende, dessa maneira, a produzir a pretensão como necessidade que preexiste aos meios (econômicos e culturais) de satisfazer-se adequadamente, editando assim o sistema de práticas necessárias para que o consumo siga a produção. O trabalho dos costureiros, as revistas de moda, as grifes, enfim, tudo isso serve para legitimar a estrutura das posições sociais, mostrando o local a que cada ator pertence na esfera social.

1.4 Questões teóricas sobre identidade

O início do século XXI é denominado por Zygmunt Bauman como “modernidade líquida”, definida por ele como um mundo fluído e instável no qual ocorre uma constante implosão dos valores e padrões, caracterizada pela rigidez que cede lugar à incerteza. Nele as identidades do passado são sobrepostas pelas possibilidades de futuro. Nesse contexto, uma crise da identidade dos sujeitos se estabelece gerada pela instabilidade e pelo declínio das velhas identidades que firmaram durante anos a sociedade.

Segundo Bauman, a identidade é percebida como um círculo de pertencimento, ao qual o sujeito está inserido ou não. No entanto, o grau de pertencimento de um sujeito a determinado círculo está sendo impactado pela massificação do pensamento humano. Como a forma de se relacionar com o outro se torna cada vez mais flexível, as experiências líquidas são sinônimas de um acúmulo de sentimentos não-realizados (frustrações), inclusive naqueles espaços culturalmente indicadores de origem, de identificação primeira, como família, amigos, escola, etc.

Com foco na pós-modernidade, Bauman (2005) define identidade como “autodeterminação”, ou seja, o eu postulado. A essência da identidade constrói-se em referência aos vínculos que conectam as pessoas entre si, considerando-se esses vínculos estáveis. A identidade se revela como invenção e não descoberta; é um esforço, um objetivo, uma construção. É algo inconcluso, precário. E esse postulado sobre a identidade está cada vez mais nítido, pois os mecanismos que a

ocultavam perderam o interesse em fazê-lo, visto que, atualmente, interessa construir identidades individuais, e não coletivas. O pensar sobre ter uma identidade não ocorre enquanto se acredita em um pertencimento, mas quando se pensa em uma atividade a ser continuamente realizada. Essa ideia surge da crise do pertencimento.

Na modernidade líquida, há uma infinidade de identidades à escolha, e outras ainda para serem inventadas. Com isso, só se pode falar em construção identitária enquanto experimentação infundável, afirma Bauman:

Em vista da volatilidade e instabilidade intrínsecas de todas ou quase todas as identidades, é a capacidade de "ir às compras" no supermercado das identidades, o grau de liberdade genuína ou supostamente genuína de selecionar a própria identidade e de mantê-la enquanto desejado, que se torna o verdadeiro caminho para a realização das fantasias de identidade. Com essa capacidade, somos livres para fazer e desfazer identidades à vontade. (2001, p. 98)

A identidade produzida e portátil pode ser descartada no momento em que se tornar inconveniente ou não servir mais a um determinado fim. Quando não estiver mais feliz com o seu "eu", o sujeito pode descartá-lo e comprar um novo no mercado dos produtos de estilo. Na busca contínua pela felicidade, pode-se produzir "eus" distintos quando for necessário e o consumidor possuir poder de compra.

Da mesma perspectiva que Bauman, porém evidenciando a discussão sobre a identidade cultural, Stuart Hall, em sua obra *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade* (2006), apresenta este conceito como aspectos das identidades que surgem do "pertencimento" a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais.

As condições atuais da sociedade, segundo Hall, estão "fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais" (2006, p. 9). Tais transformações estão alterando as identidades pessoais, influenciando a ideia de sujeito integrado: "Esta perda de sentido de si estável é chamada, algumas vezes, de duplo deslocamento ou descentração do sujeito" (2006, p. 9). Esse duplo deslocamento, que corresponde à descentração dos

indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural, quanto de si mesmos, é o que resulta em "crise de identidade".

O mundo atual estaria passando por uma mudança estrutural e as "velhas" identidades, que por um período longo de tempo conseguiram estabilizar o mundo social, estariam em declínio. Os indivíduos passariam, assim, por uma "crise de identidade" ao se confrontarem com tantas opções de identidade: sexual, de classe, raça, etnia e nacionalidade. Nessa "crise", o sujeito pós-moderno não perde a identidade anterior, o que ocorre é uma soma de novas identidades, aquilo que Hall chama de "multiplicidade", homogeneização cultural, uma mistura de culturas diversificadas. No entanto, a contemporaneidade avança sem eliminar as formas de identidades anteriores. O sujeito, nessa concepção de identidade, pode ser aquilo que desejar.

O indivíduo, antes centrado e unificado, passaria a ser fragmentado, composto por várias identidades que são transitórias e mutáveis. Para Hall, é a partir desse processo que nasce o sujeito pós-moderno, caracterizado por identidades abertas, contraditórias, plurais e fragmentadas.

As sociedades contemporâneas têm como característica a "diferença" que é interpelada por inúmeras divisões e contrastes sociais, traçando, assim, diferentes posições do sujeito e de sua identidade. Para Hall, o individualismo moderno aparece nesse cenário como um agente destruidor e ao mesmo tempo criador das identidades.

O processo de identificação torna-se provisório, instável e problemático. Para o autor, a identidade é uma "celebração móvel a qual seria continuamente formada e transformada em diferentes períodos históricos". É definida historicamente e não biologicamente. Nesse processo, o sujeito pós-moderno não apresenta uma identidade fixa, essencial ou permanente.

O autor enfatiza que a globalização se caracteriza por sua transversalidade nas fronteiras nacionais, tornando o mundo mais unificado. Conseqüentemente, advém a homogeneização cultural pós-moderna, manifestações de resistência à

globalização por identidades nacionais e locais e decadência das identidades nacionais, possibilitando o aparecimento das novas identidades.

Em meio às contribuições sobre identidade na pós-modernidade a partir das teorias de Bauman e de Hall, introduzo, em linhas gerais, a discussão sobre identidade postulada pelo teórico alemão Jörn Rüsen, conceito este que será de suma importância para as análises de campo descritas nesta pesquisa, assim como seu conceito de cultura histórica.

Primeiramente, o conceito de consciência histórica para Rüsen está fundamentado em uma ambivalência antropológica: o homem só pode viver no mundo, isto é, só consegue relacionar-se com a natureza, com os demais homens e consigo mesmo se não tomar o mundo e a si mesmo como dados puros, mas sim interpretá-los em função das intenções de sua ação e paixão, em que se representa algo que não são.

Um conceito fundamental na obra rüseniana é o de identidade, que sintetiza o resultado prático mais importante do pensamento histórico, além de remeter aos processos de subjetivação através dos quais os indivíduos se definem enquanto tais:

A identidade é, contudo, uma relação dos homens e dos grupos humanos consigo mesmos, a qual se põe, por sua vez, em relação com os demais homens e grupos humanos. Identidade é um momento essencial da socialização humana. (...) Identidade é, por conseguinte, um processo social de interpretação recíproca de sujeitos que interagem entre si. (...) A constituição da identidade efetiva-se, pois, numa luta contínua por reconhecimento entre os indivíduos, grupos, sociedades, culturas, que não podem dizer quem ou o que são os outros com os quais têm a ver. (RÜSEN, 2001a, p. 87).

Segundo a matriz histórica rüseniana, o pensamento histórico produz conhecimento acerca da experiência do passado sob a influência de carências de orientação que são originárias de um dado momento presente. Por essa razão, o conhecimento histórico pode desempenhar funções de orientação relacionadas à construção de identidades, bem como a formação histórica dos destinatários das histórias.

A necessidade do homem em se localizar no tempo e atribuir significado ao fluxo de passado, presente e futuro, é denominada por Rüsen como “consciência histórica”:

São as situações genéricas e elementares da vida prática dos homens (experiência e interpretação do tempo) que constituem o que conhecemos como consciência histórica. Elas são fenômenos comuns ao pensamento histórico tanto no modo científico quanto em geral, tal como operado por todo e qualquer homem, e geram determinados resultados cognitivos. (RÜSEN, 2001a, p. 54).

Para Rüsen, o saber histórico apresenta várias manifestações nos diferentes campos da vida humana, e é a consciência histórica que relaciona o “ser” (identidade) e o “dever” (ação) em uma narrativa significativa. Tal narrativa pauta os acontecimentos do passado com o objetivo de dar identidade aos sujeitos a partir de suas experiências individuais e coletivas, e de tornar compreensível o seu presente, conferindo uma expectativa futura a essa atividade atual.

O homem procura entender a si e aos outros através da interpretação do tempo²². Rüsen relaciona o pensamento histórico à vida cotidiana através da consciência histórica, na qual ocorre a produção do sentido e do significado do tempo, mobilizando memórias para responder aos questionamentos presentes e projeções de futuro.

A consciência histórica possui uma funcionalidade prática ao atribuir identidade aos sujeitos e prover à realidade em que eles vivem de uma dimensão temporal, uma orientação que pode guiar a ação, intencionalmente, por meio da mediação da memória histórica²³.

1.5 A moda, o cangaço e a cultura histórica de Rüsen

²² “(...) a suma das operações mentais com as quais os homens interpretam sua experiência da evolução temporal de seu mundo e de si mesmos, de forma tal que possam orientar, intencionalmente, sua vida prática no tempo”. (RÜSEN, 2001a, p. 57).

²³ “(...) a consciência histórica não é idêntica à lembrança. Só se pode falar de consciência histórica quando, para interpretar experiências atuais do tempo, é necessário mobilizar a lembrança de determinada maneira: ela é transportada para o processo de tornar presente o passado mediante o movimento da narrativa”. (RÜSEN, 2001a, p. 63).

Os curadores da exposição “Redescobrimdo o Brasil – 500 anos”²⁴ tiveram a missão de reunir em um só espaço cinco séculos de história do Brasil, resgatando peças em acervos nacionais e internacionais, que mostravam, por meio das artes visuais, o processo de construção da identidade brasileira.

Dentre todas as peças expostas, as indumentárias de Maria Bonita e de Lampião, carregadas de simbolismos e lirismo, testemunhas de um estilo estético que contribuiu na construção de um mito, fascinavam pela estética, pela funcionalidade e pela mística.

O chapéu de couro com a estrela de seis pontas (signo de Salomão), os bornais coloridos, as roupas salpicadas de espelhos e moedas remetiam às andanças pelo sertão nordestino, narravam aventuras e desventuras de muitos homens e mulheres que conseguiram sobreviver em um cenário austero: o semiárido do Brasil.

A escolha dos curadores da exposição por expor as indumentárias de Maria Bonita e de Lampião reafirma o poder simbólico que o vestuário possui, sendo parte visível e tangível da identidade; neste caso, da identidade da região nordeste. As escolhas dessas vestimentas não são aleatórias e nem se resumem somente a manifestações artísticas; elas carregam em suas tramas toda a complexidade cultural do povo nordestino e representam uma teia de significados.

Ouso aqui analisar em linhas gerais a moda do cangaço, escolhida por ser uma estética amplamente divulgada e conhecida, e por possuir um valor histórico incomensurável para legitimar a escolha pelo arcabouço teórico de Rüsen nesta pesquisa.

Para Rüsen, o campo da cultura histórica consiste no estudo das “imagens históricas” que permanecem presentes no agir cotidiano dos sujeitos.

[...] la 'cultura histórica' sintetiza la universidad, el museo, la escuela, la administración, los medios, y otras instituciones culturales como conjunto de lugares de la memoria colectiva, e integra las funciones de la enseñanza, del entretenimiento, de la legitimación, de la crítica, de la distracción, de la ilustración y de otras maneras de memorar, en la unidad global de la memoria histórica. (RÜSEN, 1994, p. 02).

²⁴ Bienal de Artes Visuais, ano de 2000, cidade de São Paulo.

A cultura histórica é exercida na e pela consciência histórica, ou seja, consiste na realização prática da subjetividade humana, oferecendo uma direção para a ação e compreensão dos sujeitos. Pode ser entendida como um passado trazido ao presente de modo a satisfazer um dado interesse e orientar para um futuro (RÜSEN, 1994, p. 04). Enquanto que a consciência histórica surge como um “constructo individual”, durante processos de internalização e de socialização, a cultura histórica desenvolve-se no processo oposto, de externalização e de objetivação.

A cultura histórica consiste na totalidade daquilo que se refere ao passado, o qual permeia uma dada sociedade e que, de certo modo, orienta-a. Ela se expressa em três dimensões relacionadas às estratégias da consciência histórica mobilizadas nas narrativas: a dimensão estética, a cognitiva e a política (RÜSEN, 2007, p. 172). Estas se entrecruzam mutuamente e agem na formação da consciência histórica dos sujeitos.

O saber histórico atua na mobilidade cultural da vida prática humana, e tal ação aparece na historiografia como coerência estética, pois o elemento estético permite a percepção do saber histórico e abre-lhe a possibilidade da imediatez e da força de convencimento da percepção da sensibilidade (RÜSEN, 2007, p. 29).

A seguir, abordo a indumentária do cangaço sob a perspectiva das dimensões estabelecidas por Rüsen para a cultura histórica.

A escolha dos sujeitos em legitimar o chapéu de couro como referência identitária para a região nordeste consiste na dimensão política da cultura histórica; incide em compreender o passado que, de certa forma, mostra-se presente e que é utilizado como legitimação de determinada ordem, reivindicado por atores políticos que buscam fundamentar sua identidade. A elaboração da imagem do cangaceiro sofreu uma construção simbólica, social e política, sendo resultado desse processo a eleição do chapéu de couro com a aba levantada em formato de meia-lua como expressão identitária da região nordeste. Assim, a estética dos cangaceiros passou de identidade de um grupo a uma identidade regional.

Os bornais coloridos, as roupas salpicadas de espelhos e moedas, os chapéus de couro, enfim, toda a estética do cangaço refere-se à forma como um dado conteúdo histórico, no caso a moda do cangaço, afeta os sentidos dos sujeitos. Os dados em si não mobilizariam a orientação do agir presente se não se apresentassem de tal forma que envolvesse os nossos sentidos. Ou, segundo Rösen, o conhecimento histórico precisa empregar “modelos narrativos” para se tornar um discurso capaz de mobilizar o agir (RÜSEN, 2007, p. 172). A dimensão estética da cultura histórica também se apresenta nas danças, músicas, poesias, celebrações, rituais, museus, etc.

A expressiva herança visual dos trajes dos cangaceiros marca a história de grupos de resistência campesina contra os grandes latifundiários do interior do sertão nordestino, tornando-se símbolo da luta popular contra uma sociedade injusta (MELLO, 2010). O cangaço é um conteúdo do passado, compreendido e significado no presente, portanto, esta representação refere-se à dimensão cognitiva da cultura histórica. As histórias que envolvem o bando de Lampião, a narrativa mítica do cangaço possui uma dimensão cognitiva.

Essas três dimensões se inter-relacionam, sendo dependentes umas das outras na intenção de gerar um sentido às ações presentes. Como no caso ilustrado sobre o cangaço, a presença do passado, numa dada sociedade, pode se manifestar das mais variadas formas – roupas, cordéis, filmes, instituições, genealogias, costumes, etc. – e sempre contempla em si as referidas dimensões. Para Rösen, as coerências estética e retórica das narrativas históricas (inclusive da moda) agem no convencimento dos sujeitos tanto na forma com que tais narrativas orientam sua subjetividade, como na formação de identidade e práxis. Ou seja, de autorreconhecimento no fluxo do tempo e na orientação dos processos de tomada de posições e decisões:

A retórica concentra-se, na estética, no efeito que o construto linguístico de sentido tem no agir, liberando os sujeitos de constrangimentos prévios para determinada ação, fomentando sua reflexão sobre outras formas de ação, dispondo-os, assim, a um agir novo, qualitativamente diferente. Na estética, a retórica torna-se metapragmática: ela faz lidar com o próprio agir, provoca tomada de posição dos sujeitos agentes quanto ao agir, fazendo-os ganhar mais liberdade. (RÜSEN, 2007, p. 38).

A coerência estética e retórica da narrativa histórica é apontada por Rüsen, ao indicar que o poder de convencimento de uma narrativa histórica encontra-se na forma com que atinge os sujeitos e supre carências de orientação latentes na cultura histórica.

Nos vários modos de articulação, a consciência histórica efetua determinadas funções práticas, o que nos permite considerar a moda como marca de referências incorporadas ao cotidiano, por meio do conceito de “ultra short history”, uma história (ou narrativa) abreviada, que integra o conceito de consciência histórica sustentado pelo referido autor:

These narrative abbreviations or ultra-short stories belong to the established inventory of every communication, and also at every level - from everyday speech to highly stylized interpretations of human life. They are intrusions of history into all spheres of culture. They serve as the ever ready reference marks of an historical orientation in all possible situations and functions of linguistic communication. In these abbreviations there is a confluence of experiences, allusions and orientations as the linguistic building blocks of communication. Such narrative abbreviations are thus also important indicators of the function of historical consciousness in everyday life. They indicate historical memories that have become so incorporated into everyday life, that they do not have to be detailed histories to be understood. (RÜSEN, 2001b, p. 6).

As histórias ultracurtas são aquelas marcas de referência que estão incorporadas ao cotidiano e possuem uma conexão de interpretações. Elas podem ser símbolos, monumentos ou pequenas sentenças que invocam contextos históricos. Um exemplo emblemático é a suástica que remete ao nazismo e a Segunda Guerra Mundial ou, como já mencionei, o chapéu de couro com a aba levantada em formato de meia-lua.

A moda, além de sua aparente composição estética, possui dimensões cognitivas e políticas, é uma forma de representação da cultura histórica e funciona como marca de referência de uma orientação histórica. Considerando as roupas como formas de linguagem, impregnadas de simbolismos e detentoras de mensagens, elas exteriorizam, também, as representações temporais dos sujeitos e suas identidades.

CAPÍTULO 2

CIBERCULTURA E EDUCAÇÃO

A apreciação apresentada a seguir contextualiza o cenário referente aos estudantes curitibanos e o uso das tecnologias. Também relaciono e analiso os dados do projeto “Jovens e a História”.

O conjunto de transformações relacionadas às tecnologias, assim como o volume incomensurável de informações resultante dessas mudanças, alterou o conhecimento por meio de suportes digitalizados para algo mutável, não fluido e indefinido, originando processos provocadores de rupturas: a interatividade, a manipulação de dados, a correlação dos conhecimentos entre si por meio de links e nós de redes hipertextuais, a relativização da objetividade do conhecimento. A escola lentamente tenta se adaptar à nova ordem imposta pela cibercultura. Inicialmente, como afirma Almeida (2009, p. 35),

As TICs foram introduzidas no meio educacional objetivando a informatização das atividades administrativas, buscando agilizar atividades de controle e gestão técnica, notadamente no que se refere à oferta e demanda de vagas e aspectos da vida escolar dos alunos. Numa etapa posterior as tecnologias passaram a se inserir nas atividades de ensino-aprendizagem, como atividades adicionais, sem uma integração real (aulas de informática, projetos extraclasse com apoio de laboratorista, etc.). Percebeu-se com o passar do tempo que o uso das TIC na escola poderia significar uma expansão do acesso à informação atualizada, promovendo e viabilizando o surgimento de comunidades colaborativas e de comunicação, capazes de ultrapassar os limites de materiais tradicionais de instrução, estabelecendo novas relações com o saber, rompendo os muros da escola, articulando-a com outros ambientes produtores de conhecimento, podendo resultar em novos direcionamentos em seu próprio interior.

A escola, local antes legitimado pela tradição como o templo – e centro monopolista e distribuidor – do conhecimento, agora possui uma grande rival onipresente: a internet, com todos os seus sites de procura e ambientes virtuais que respondem as mais diversas dúvidas em uma velocidade imediata. Assim, nesse cenário, a prática docente para Rocha (1996, p. 52) enfrenta um grande desafio:

(...) reaprender a aprender. Compreender que não é mais a única fonte de informação, o transmissor do conhecimento, aquele que ensina, mas aquele que faz aprender, tornando-se mediador entre o conhecimento e a realidade, um especialista no processo de aprendizagem, em prol de uma educação que priorize não apenas o domínio dos conteúdos, mas o desenvolvimento de habilidades, competência, inteligências, atitudes e valores.

Entre os professores há diferentes discursos sobre a inserção de tecnologias nas escolas: os que defendem que computadores e internet são instrumentos que possibilitam a modernização do processo de ensino-aprendizagem; e aqueles marcados pela descrença que as TICs possam ser de fato instrumentos valiosos no trabalho escolar. Esses argumentos, somados a falta de estrutura material (equipamentos e redes) e de formação específica, acabam por intimidar os professores que não dominam essas ferramentas e linguagens, instituindo um quadro de resistência ao trabalho com as TICs na escola.

O momento de ascensão das tecnologias digitais é visto como positivo por Pierre Lévy que compreende a informática como uma tecnologia intelectual que proporciona um novo modo de pensar o mundo e de obter conhecimento. Dois conceitos são fundamentais para a compreensão da teoria de Lévy: ciberespaço e cibercultura.

O ciberespaço, também chamado de rede, é um meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo nomeia não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. O ciberespaço comporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam diversas funções cognitivas humanas: memória (bancos de dados, hiperdocumentos, arquivos digitais de todos os tipos), imaginação (simulações), percepção (sensores digitais, tele presença, realidades virtuais), raciocínios (inteligência artificial, modelização de fenômenos complexos). (LÉVY, 2011, p. 159).

Quanto ao neologismo “cibercultura”, refere-se a um conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY,

2011, p. 17). O autor situa a cibercultura como sendo universal sem ser totalitária, com inúmeros fluxos de informação como manifestação da vitalidade social contemporânea. Assinala ainda que “(...) torná-la autoconsciente, acompanhar e guiar seu movimento de forma que venham à tona as suas potencialidades mais positivas”. (ibid, p. 12).

Nesse panorama descrito por Lévy, os jovens interagem com as TICs não como figuras passivas sujeitas à ação determinista de influências externas, mas em um papel ativo na apropriação delas, valendo-se dessas novas tecnologias em seus processos de aprendizagem e de socialização. Considerados como *nativos digitais*, utilizando-se o termo cunhado por Marc Prensky, os atuais adolescentes cresceram cercados por tecnologias e com desenvoltura em seu manuseio (2001). Por outro lado, temos no ambiente escolar um número significativo de professores que são *imigrantes digitais*²⁵, pessoas que passaram grande parte de suas vidas sem contato com as tecnologias e agora necessitam se adaptar às mudanças tecnológicas, o que explica suas limitações no uso das TICs. Essas limitações acabam por determinar um problema geracional na inserção das novas tecnologias em sala de aula.

Os indivíduos aprendem cada vez mais fora do ambiente escolar, cabe aos sistemas de ensino programar procedimentos de reconhecimento dos saberes adquiridos na vida social e profissional. A atividade do professor será centrada no acompanhamento e na gestão das aprendizagens, consistindo em: “incitar à troca dos saberes, a mediação relacional e simbólica, a pilotagem personalizada dos percursos de aprendizagem, etc” (LÉVY, 2011, p.173). A função do professor não deve ser mais compreendida como a de difusor de conhecimento, que agora é alcançada de maneira mais eficaz por outros meios, mas sim como incentivador de aprendizagens e de pensamentos.

As tecnologias intelectuais, como facilitadoras de novas formas de acesso à informação e de novos estilos de raciocínio e de construção do conhecimento, indicam novos estilos de aprendizagem, que podem ser compartilhados entre indivíduos. Uma das principais contribuições de Lévy para a discussão sobre a

²⁵ Termo também cunhado por Marc Prensky (2001).

inserção das TICs na escola é indicar a possibilidade de metodologias de ensino capazes de propor uma nova função para o professor e, por consequência, ressignificar o conceito de ensino, apontando para mudanças significativas no ambiente escolar.

A inserção das novas tecnologias modifica o ambiente de sua inclusão, a velocidade ditada, segundo Lévy, numa pluralidade de devires imediato, um fim a atingir no término, um processo de fragmentação do tempo, numa série de presentes ininterruptos, que existem simultaneamente, em tempo real, com intensidades múltiplas que variam de acordo com o instante.

A pós-modernidade é o terreno onde se desenvolve a cibercultura, afirma André Lemos. Ela se caracteriza em uma condição sociocultural que instala uma nova forma de relação espaço-temporal. Na pós-modernidade, o sentimento é de compressão do espaço e do tempo, quando o tempo real (imediato) e as redes telemáticas desterritorializam (desespacializam) a cultura, tendo um forte impacto nas estruturas econômicas, sociais, políticas e culturais. O tempo é, assim, um modo de aniquilar o espaço (2002, p. 72).

Com a exacerbação do tempo presente, surge uma crise no campo do ensino de História: como e onde o passado e seu estudo se inserem na vivência dos jovens estudantes na contemporaneidade, visto as condutas da cibercultura.

Ao tratar das questões relacionadas ao ensino de História, Ferreira (1999, p. 135) baliza diversas esferas do uso das tecnologias:

O computador no ensino de História deve ser utilizado para desenvolver habilidades como criatividade, coordenação motora, percepção visual e auditiva; motivar a pesquisa; pôr os alunos em contato com a realidade através do programa (software) escolhido; organizar as informações; classificar dados; traçar croquis, esboços e desenhos (fazer mapas, plantas da realidade estudada, etc); organizar a vida escolar; produzir trabalhos escolares, através de softwares e planilhas, banco de dados e processamento de texto; elaborar gráficos estatísticos e fazer apresentações mais dinâmicas.

O professor Eucidio Pimenta Arruda (2011) extrapola as fronteiras da inclusão das TICs como meras ferramentas no ensino de História ao analisar as

possibilidades de aprendizagem por meio dos jogos digitais. Aponta para a integração hipermediática produzida por este momento histórico que envolve, gradativamente, contextos de aprendizagem em que os jovens podem aprender mais por meio do contato com os jogos digitais do que os professores podem supor. Ressalta que a educação enquanto campo teórico deve estar atenta a toda a complexa gama que envolve esse momento, assim como perceber dinâmicas desse processo de aprendizagem em ambientes distintos da escola. O contato realizado por meio dos jogos proporciona aos estudantes “aprendizagens de raciocínios e de ideias históricas que são fundamentais para sua compreensão da historiografia, para sua posição analítica ante o passado”. (ARRUDA, 2011, p. 183).

Compreender como o jovem contemporâneo aprende é um dos grandes desafios da escola, pois suas “estratégias formativas o circunscrevem em uma nova organização hierárquica, baseada nas aprendizagens em redes abertas”. Os jovens apreciam a interatividade e a formação de laços sociais por meio das redes sociais e dos jogos on-line, há a existência dessa sociabilidade em “formas e estruturas diferentes daquelas validadas e valorizadas no ambiente escolar”. (ibid, p. 183).

2.1 Elementos de contexto da relação do jovem com a tecnologia em Curitiba

Os dados analisados a seguir foram obtidos por meio dos questionários do projeto “Jovens e a História”, aplicados durante o ano de 2012, na cidade de Curitiba, Paraná. Foram inseridos neste espaço por apontar alguns indicativos sobre o emprego das tecnologias de informação e de comunicação por jovens na faixa etária e escolaridade dos estudantes envolvidos nesta pesquisa.

O universo pesquisado pelo projeto “Jovens e a História” corresponde a 139 estudantes do 2º ano do Ensino Médio, entre 15 e 16 anos, sendo que 68 pertencentes ao sexo feminino e 71 ao sexo masculino, oriundos de 07 diferentes escolas: pública de excelência, pública central, pública de periferia, rural, privada laica, privada religiosa e privada alternativa.

Os questionários aplicados em Curitiba²⁶ possuíam 49 questões abertas e fechadas, dentre elas algumas específicas sobre o uso das tecnologias de informação e de comunicação pelos jovens estudantes. Para fins de análise nesta pesquisa, foram selecionados os dados sobre intencionalidade do uso da internet, examinando a configuração do uso das tecnologias no cotidiano escolar, em especial nas aulas de História.

2.2 Conectar, curtir e pesquisar

Compartilhar informações, curtir postagens, fazer amigos, mostrar fotos; as redes sociais ultrapassaram os limites da mera diversão e se transformaram em meios de comunicação valiosos para os jovens. Os números revelam (tabela 1) que o uso de redes sociais entre os pesquisados é significativo, principalmente, entre os estudantes de escolas particulares, pois estar conectado exige uma boa conexão, resolvida, muitas vezes, pela telefonia móvel (celular).

A democratização dos celulares provocou uma inserção digital expressiva, visto que não há mais a necessidade de um computador, de uma linha telefônica, de um modem, para estar conectado ao ciberespaço. O celular substituiu um conjunto de equipamentos; basta ter um plano que propicie essa conectividade ou um lugar que ofereça uma rede *wi-fi*. A ausência desses elementos pode estar associada aos baixos índices de uso da internet entre os jovens da escola rural.

Os jogos, segundo Arruda, possibilitam ao estudante desenvolver estratégias de aprendizagem no âmbito geral e em História. O autor destaca que essas aprendizagens são diferenciadas daquelas oferecidas pela escola, pois desenvolvem raciocínios e ideias históricas que proporcionam ao jovens uma atitude reflexiva no jogo e fora dele. Dentre os estudantes que indicam que utilizam a internet para jogar, em detrimento do uso das redes sociais e da procura por informações, estão os da escola pública de excelência. Esse dado é um diferencial

²⁶ Foram inseridas nove questões, nos questionários do projeto “Jovens e a História”, sobre a utilização das TICs.

entre as escolas pesquisadas e pode indicar possíveis relações com o rendimento escolar dos estudantes.

Tabela 1 – Intencionalidade do uso da internet²⁷ (A internet é utilizada por você para)

Tipos de Escola	Participar de redes sociais (média)	Ficar informado sobre atualidades (média)	Jogar (média)
Pública de excelência	0,94	0,94	1,18
Pública central	1,27	1,33	0,27
Pública de periferia	1,08	0,92	0,63
Pública rural	0,65	0,79	0,17
Privada laica	1,50	1,21	0,76
Privada comunitária/ alternativa	1,42	0,50	0,33
Privada profissional	1,44	1,11	0,56

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

Os dados analisados indicam a intencionalidade dos jovens em pesquisar assuntos do seu próprio interesse ao invés de assuntos sugeridos pela escola (Tabela 2). A disseminação da cultura “Control C+ Control V”²⁸ esvazia o sentido da pesquisa escolar, porém o que deve ser examinado é como as pesquisas são inseridas no cotidiano escolar. As pesquisas escolares são solicitadas como tarefas, muitas vezes, sem objetivar a aprendizagem. Modelos a partir dos quais o estudante deve discorrer sobre um tema gerador remetem a um passado não muito distante, quando as pesquisas se restringiam a procurar determinados assuntos em uma enciclopédia. Achado o assunto, cabia ao estudante copiar inúmeras páginas em papel almaço. Esse ainda parece ser o sentido da pesquisa escolar para muitos professores, porém, com o advento da internet, foram poupadas as inúmeras horas de cópia da enciclopédia e substituídas pelos segundos para apertar as teclas Control C+ Control V.

²⁷ Os dados foram analisados a partir do nível de concordância com as afirmativas por meio da escala Likert (cinco níveis variando de péssimo a ótimo, discordo totalmente a concordo totalmente, etc). A escala Likert foi utilizada nas tabelas deste texto variando entre 2 a -2, sendo que nesta questão -2 para a resposta mais negativa (discordo totalmente), passando por zero para a resposta neutra (concordo em parte) e 2 para a resposta mais positiva (concordo totalmente).

²⁸ Teclas do computador destinadas a copiar e colar o que for selecionado.

Tabela 2 – Pesquisa realizada na internet²⁹ (A internet é utilizada para)

Tipos de Escola	Pesquisar tarefas da escola (média)	Pesquisar assuntos do seu interesse (média)
Pública de excelência	0,82	1,41
Pública central	0,93	1,40
Pública de periferia	0,76	1,16
Pública rural	1,13	1,29
Privada laica	1,18	1,50
Privada comunitária/ alternativa	0,64	1,25
Privada confessional	0,78	1,33

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

O ciberespaço é rico em possibilidades de pesquisa, resta à escola e aos professores instrumentalizarem seus estudantes para navegar nas infinitas páginas do mundo virtual; selecionar, comparar e analisar criticamente as informações encontradas, conhecimento necessário em tempos da cibercultura.

Uma análise mais atenta dos dados da pesquisa realizada (Tabela 3) indica que as TICs realmente não são empregadas sistematicamente nas aulas de História, mas são utilizadas pontualmente em algumas atividades, apesar de não fazerem parte da rotina escolar dos estudantes. A frequência significativa da inserção das tecnologias nas aulas de História encontra-se na escola pública de excelência, que utiliza as potencialidades tecnológicas enquanto ferramenta de pesquisa ou como instrumento para a elaboração de atividades e apresentações. Essa pode ser considerada uma expressiva variante que interfere na qualidade do processo de ensino-aprendizagem, contribuindo para tornar a escola um espaço de excelência.

Outra variável significativa é o emprego de tecnologias pela escola rural com a finalidade de produzir e apresentar textos, contrastando com os baixos índices de atividades que exigem conectividade, como para a prática de pesquisas e de jogos *on-line*. Uma hipótese para esses índices distintos é a inexistência de redes ou sua ineficiência em locais afastados dos centros urbanos que não permitem conexões

²⁹ A escala Likert foi utilizada nas tabelas deste texto variando entre 2 a -2, sendo que nesta questão -2 para a resposta mais negativa (discordo totalmente), passando por zero para a resposta neutra (concordo em parte) e 2 para a resposta mais positiva (concordo totalmente).

velozes e de boa qualidade, tornando um desafio maior a inserção digital em escolas da zona rural (Tabela1).

Tabela 3 – Utilização das TICs em aulas de História³⁰ (Nas aulas de História as tecnologias digitais são utilizadas)

Tipos de Escola	Em pesquisas sobre fatos e personagens históricos (média)	Em jogos sobre personagens e tempos históricos (média)	Na produção de textos e apresentações (média)
Pública de excelência	0,82	0,12	0,94
Pública central	-0,20	-0,80	-0,33
Pública de periferia	-0,63	-0,78	-0,38
Pública rural	-0,38	-1,13	0,33
Privada laica	0,00	-1,52	0,30
Privada comunitária/ alternativa	0,33	-0,92	-0,08
Privada confessional	-0,22	-0,89	0,22

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

Os indicadores que assinalam a baixa inclusão digital no ambiente escolar refletem, além da resistência dos docentes, problemas físicos comuns a escolas: bandas largas lentas, máquinas insuficientes, *softwares* limitados, laboratórios sucateados, entre outros inúmeros fatores estruturais que acabam por influenciar de modo negativo na inserção das TICs nos processos pedagógicos.

O momento atual é configurado por Lévy (2011, p.174) como sendo de transição de uma educação e uma formação, que são estritamente institucionalizadas (a escola e a universidade), para uma situação de troca generalizada dos saberes. Impera o ensino da sociedade por ela mesma, o reconhecimento autogerenciado, móvel e contextual das competências.

³⁰ A escala Likert foi utilizada nas tabelas deste texto variando entre 2 a -2, sendo que nesta questão - 2 para a resposta mais negativa (nunca), passando por zero para a resposta neutra (algumas vezes) e 2 para a resposta mais positiva (sempre).

2.3 Os jovens e as redes sociais

O emprego das novas tecnologias de comunicação fomenta as relações sociais, principalmente no uso das redes sociais, o que refuta a ideia de isolamento inicialmente defendida por uma visão negativa da utilização da internet. As relações sociais que se estabelecem através de dispositivos de comunicação como o telefone celular, as redes sociais e a própria internet não substituem o contato físico, nem impedem o contato e as interações de nenhuma outra ordem (LÉVY, 2011).

Em um tempo de comunicação imediata, as redes sociais passaram a fazer parte da cultura juvenil; a troca de mensagens, de imagens e de informações aponta a potencialidade delas como um rico meio de comunicação. O Orkut, rede social criada em 2004³¹, dominou o cenário nacional até meados de 2012, quando a rede social Facebook ultrapassou-o em número de usuários, tornando-se a rede mais popular entre os brasileiros. Os jovens pesquisados revelaram que o Facebook é a rede social mais utilizada entre eles, independentemente do tipo de escola que frequentam. Em segundo lugar, está o Twitter³²; outras redes sociais não são tão populares (Tabela 4). O Facebook oferece maior interatividade entre os usuários e um dos fatores do seu crescimento no Brasil está relacionado aos seus aplicativos para *smartphones* e *tablets*.

Tabela 4 – Redes sociais utilizadas³³ (Você utiliza as redes sociais)

Tipos de Escola	Orkut (média)	Facebook (média)	Flickr (média)	Twitter (média)	Tumblr (média)
Pública de excelência	-1,65	0,94	-1,76	-0,65	-1,06
Pública central	-1,67	1,53	-1,20	0,7	-0,67
Pública de periferia	-0,79	0,80	-1,67	-0,57	-1,50
Pública rural	-1,50	0,67	-1,63	-0,21	-1,17
Privada laica	-1,85	1,24	-1,64	0,00	-1,25
Privada comunitária/ alternativa	-1,82	1,67	-1,64	-0,58	-1,25
Privada confessional	-2,00	1,00	-2,00	0,56	-0,44

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

³¹ Seu fim foi anunciado para 30 de setembro de 2014.

³² O microblogging é uma forma de publicação de blog que permite aos usuários fazerem atualizações breves de texto (geralmente com menos de 200 caracteres) e publicá-las para que sejam vistas publicamente ou apenas por um grupo restrito escolhido pelo usuário.

³³ A escala Likert foi utilizada nas tabelas deste texto variando entre 2 a -2, sendo que nesta questão - 2 para a resposta mais negativa (nunca acesso), passando por zero para a resposta neutra (2 a 3 dias por semana) e 2 para a resposta mais positiva (todos os dias).

A tecnologia é um meio de mediação social para os jovens, ao permitir novas formas de visibilidade e de reputação. Eles usam as redes sociais para se socializar, como forma de interação em diversos grupos. A participação nas redes sociais é basicamente centrada na amizade: passar tempo com amigos, se divertir, paquerar, reforçar as relações pré-existentes e criar novas relações de amizade com pessoas que possuam os mesmos interesses.

A sociabilidade é exercitada por meio das redes sociais; outro fator indicado no uso das redes sociais pelos jovens é o da pesquisa, como anteriormente já foi relatado. As redes sociais permitem experimentar habilidades de inserção na sociedade contemporânea, como gerenciar seus perfis e declarar opiniões em público. A vida *on-line* é um exercício para a vida *off-line*.

Os jovens estão inseridos em uma sociedade baseada em processos de mudanças constantes, fruto dos avanços na ciência e na tecnologia. Como aponta Manuel Castells (1999), vivemos em uma sociedade da informação, resultante da revolução tecnológica que originou o “informacionalismo”. Este se tornou a base material dessa nova sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos. Segundo o autor, no “informacionalismo”, as tecnologias assumem um papel de destaque em todos os segmentos sociais, elaborando uma nova estrutura social – sociedade em rede. (CASTELLS, 1999, p.21).

As redes sociais são apontadas pelos jovens pesquisados como meio de construção de conhecimento e consideradas como ferramentas indispensáveis de informação (ficar por dentro das novidades) e de pesquisa (Tabela 5).

Tabela 5 – Funcionalidade das redes sociais³⁴ (As redes sociais possibilitam)

Tipos de Escola	Fazer amigos (média)	Namorar (média)	Ficar por dentro das novidades (média)	Pesquisar (média)	Ser popular (média)
Pública de excelência	0,53	-0,65	1,00	0,12	-0,82
Pública central	0,86	-0,36	1,14	0,93	-0,21
Pública de periferia	0,68	0,33	1,12	0,96	0,12
Pública rural	0,83	-0,13	0,83	1,00	-0,46

³⁴A escala Likert foi utilizada nas tabelas deste texto variando entre 2 a -2, sendo que nesta questão -2 para a resposta mais negativa (discordo totalmente), passando por zero para a resposta neutra (concordo em parte) e 2 para a resposta mais positiva (concordo totalmente).

Privada laica	1,09	0,53	1,32	0,82	0,26
Privada comunitária/ alternativa	1,08	0,17	1,42	1,17	-0,08
Privada confessional	1,33	0,11	1,22	1,56	0,11

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

Os índices que registram o compartilhamento de informações e de ideias como uma possibilidade das redes sociais entre os estudantes são significativos, no entanto, não apontam a disseminação de racismo e de preconceito por meio das redes sociais, assim como situações de risco, como pedofilia, e de *bullying* (Tabela 6). Apesar do número cada vez maior de casos, vinculados pela mídia, envolvendo compartilhamento de fotografias íntimas ou até mesmo apropriação indevida de conteúdos por *hackers*³⁵, os jovens não encaram o mundo virtual como local ameaçador, capaz de causar problemas em suas vidas no mundo real.

Tabela 6 – As redes sociais possibilitam³⁶ (As redes sociais possibilitam)

Tipos de Escola	Situações de risco (pedofilia, <i>bullying</i> , etc. (média)	Disseminação de racismo e preconceito (média)	Compartilhar informações e ideias (média)
Pública de excelência	0,29	0,06	1,35
Pública central	0,00	-0,57	1,21
Pública de periferia	0,44	0,00	1,20
Pública rural	0,38	0,38	0,92
Privada laica	0,85	0,26	1,56
Privada comunitária/ alternativa	0,00	0,42	1,33
Privada confessional	0,22	0,00	1,56

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

Valendo-se do contexto exposto, nas páginas anteriores, sobre a relação dos jovens estudantes de Curitiba com o uso de tecnologias, verifico que o mesmo panorama é revelado nas observações e conversas com os jovens da escola municipal de Curitiba selecionada para aplicação desta pesquisa.

³⁵ *Hacker*: sujeito que possui amplo conhecimento de informática. Dentre várias ações, é capaz de acessar informações sigilosas de sites governamentais, empresariais e pessoais. Pode fazer isso por meio da invasão de computadores, celulares ou de dados fornecidos por usuários para *sites* falsos.

³⁶ A escala Likert foi utilizada nas tabelas deste texto variando entre 2 a -2, sendo que nesta questão -2 para a resposta mais negativa (discordo totalmente), passando por zero para a resposta neutra (concordo em parte) e 2 para a resposta mais positiva (concordo totalmente).

No quadro abaixo (Tabela 7), estão expostos alguns dados sobre a presença das tecnologias na vida dos estudantes envolvidos na pesquisa de campo. Esses dados foram coletados por meio de entrevista individual.

Tabela 7 - Tecnologias na vida dos estudantes

	Como e onde se conecta	Redes sociais	Telefone celular	Joga	The Sims
Gabriel ³⁷³⁸	Celular em todos os lugares	Facebook, Instagram e WhatsApp	Possui	Sim	Conhece
Greiciane	Computador e tablet em casa	Facebook	Possui	Sim	Não conhece
Jayson	Computador em casa	WhatsApp	Possui	Sim	Não conhece
Marcos	Computador na escola	Não possui	Não possui	Não	Conhece
Natália	Tablet e celular em todos os lugares	Facebook e WhatsApp	Possui	Não	Não conhece
Ana	Computador celular em casa	Facebook	Possui	Não	Não conhece
Stephany	Computador e celular em casa	Facebook e WhatsApp	Possui	Sim	Não conhece
Renato	Celular em casa	WhatsApp	Possui	Sim	Não conhece
Daniela	Computador e celular	Facebook e WhatsApp	Possui	Não	Não conhece
Ademir	Celular	Facebook	Possui	Sim	Não conhece

Fonte: Dados organizados pela autora, com base nas entrevistas individuais.

Os dados observados na tabela revelam que todos os estudantes entrevistados possuem formas de conectividade, seja por meio de celulares, computadores ou tabletes, em casa ou na escola. O jovem Marcos foi o único estudante que alegou não possuir celular ou computador em casa. Ele utiliza a internet na escola ou na casa de amigos; afirma que por este motivo não possui contas em redes sociais, nem joga *on-line*, porém pretende adquirir ou ganhar em breve um celular.

As redes sociais mais acessadas são o Facebook e o WhatsApp³⁹, todavia o Instagram⁴⁰ também é lembrado pelos jovens entrevistados. Percebe-se certa

³⁷ Os nomes usados nesta pesquisa são fictícios.

preferência dos jovens pelo WhatsApp, assinalada pelos estudantes como uma forma de se comunicar longe dos olhos e das interferências dos adultos.

As novas tecnologias e as redes sociais moldam o contexto da produção de subjetividade e de territorialidade dos jovens na cibercultura, trazendo implicações para estruturação de suas identidades. No ciberespaço e nos jogos de imersão, aspectos como a territorialidade são suprimidos, os limites espaciais deixam de existir, o ir e vir ultrapassa a materialização, deslocamentos da Terra do Nunca a Terra Média⁴¹, do Alasca ao Nepal são possíveis. Esse elemento gera a desterritorialização das identidades, visto que os limites geográficos não são mais fatores determinantes de coesão identitária. A formação da identidade não está circunscrita a locais legítimos, extrapola os locais tradicionais. As “turmas”, “grupos”, “tribos” não precisam mais estar a poucos metros de distância para se encontrarem. A cibercultura proporciona o estabelecimento de relações e de ideias em comunidade desterritorializadas que se baseiam na partilha de interesses comuns e na aprendizagem cooperativa e colaborativa.

Ao perambular pelas inúmeras possibilidades da internet, os jovens são apresentados a novas experiências e novos contingentes; infinitas possibilidades do mundo cibernético surgem, as identidades se tornam flexíveis, fluídas, diversas, portanto, uma nova lógica de identificação se estabelece. A descontinuidade e as formas espaciais diluídas não estabelecem nos sujeitos uma identidade coesa a partir de limites materiais precisos, mas produz a dissolução de identidades integradas, estáveis e coesas. Fonte imprevisível e inesperada de socialização, a experimentação no mundo virtual ultrapassa os limites da realidade e se concretiza no mundo material, como os encontros amorosos iniciados em redes sociais ou os parceiros de jogos *on-line*. O mundo virtual para os jovens não substitui o mundo real e suas experiências, mas sim é uma extensão deste.

³⁹WhatsApp e Messenger são tipos de aplicações multiplataformas de mensagens instantâneas para smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e mensagens de áudio de mídia. Disponível em < <http://www.windowsphone.com/pt-br/store/app/whatsapp/218a0ebb-1585-4c7e-a9e054cf4569a79>>, acessado em: 31/07/2014.

⁴⁰ Rede social *on-line* de compartilhamento de fotos e vídeos que permite aos seus usuários tirar fotos e vídeos, aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais.

⁴¹ Terra do Nunca é uma ilha fictícia do livro *Peter Pan*, do escritor escocês J. M. Barrie. Terra Média é o nome dado para a terra fictícia de J. R. R. Tolkien na obra *Senhor dos Anéis*.

CAPÍTULO 3

VISTO, LOGO EXISTO!

3.1 Mapeando possibilidades do emprego do The Sims como laboratório

Nesta pesquisa, escolhi aplicar o método da etnografia virtual a uma situação de laboratório, desenvolvendo um estudo observacional do ambiente e dos aspectos virtuais dos estudantes. Levei em consideração suas representações por meio do aplicativo, bem como sua interação social pelas “ciberidentidades”, um paralelo na formação de identidades dos estudantes e a expressão da sua personalidade dentro do ambiente *on-line*.

A utilização do método com inspiração etnográfica em ambientes virtuais tem recebido diversas designações, tais como: etnografia digital, etnografia virtual, netnografia, ciberantropologia e webnografia. Neste trabalho, tais termos são tratados como sinônimos, visto que não se pretende realizar uma distinção e discussão da aplicabilidade desses conceitos quanto a sua terminologia. Optei por utilizar o termo “etnografia virtual”, pois seu “objetivo é a criação de narrativas audiovisuais colaborativa em uma linguagem que sirva como material de estudo (...)”. (FRAGOSO, 2013, p. 198).

Faz-se importante ressaltar, ainda, que alguns aspectos metodológicos da etnografia, mais precisamente da etnografia virtual, foram adaptados às situações simuladas com os estudantes no ambiente *on-line*. Foram observadas as seguintes características do método etnográfico (HAMMERSLEY, 1990):

a) o comportamento dos sujeitos foi estudado no seu contexto habitual, ou seja, no ambiente escolar.

b) os dados foram recolhidos por meio de fontes diversas: observação, entrevista, conversação informal e simulação *on-line*.

c) os dados foram coletados de maneira sistemática, observados em seu estado bruto, segundo um critério tão inclusivo quanto possível. Anterior ao início da

coleta de dados, não foi pré-estabelecido um plano detalhado com categorias que posteriormente serviram para interpretar o comportamento dos sujeitos.

d) o foco do estudo foi um grupo reduzido de sujeitos.

e) a análise dos dados envolveu interpretação de significado e de função de ações, na forma descritiva e interpretativa. A quantificação e a análise estatística não tiveram um papel crucial na referida pesquisa.

Na aproximação da etnografia enquanto método com objetos do ambiente virtual, a observação e as narrativas etnográficas tradicionais são reconfiguradas e ajustadas em sua prática nos ambientes virtuais. Há uma transposição do método e o redimensionamento do espaço e do tempo pelas tecnologias de comunicação e informação. A metodologia de uma etnografia é inseparável dos contextos nos quais ela é empregada; trata-se de uma abordagem adaptativa que surge na reflexividade sobre o método. (HINE, 2000, p. 13).

A etnografia virtual permite a descrição de realidades sociais virtualizadas, ou seja, novas formas de sociabilidade, possibilitando um deslocamento para a noção do campo das relações, em que se ressalta a constituição de fronteiras e de conexões existentes entre o real e o virtual através de ferramentas de análises discursivas. Este estudo parte da premissa que os significados atribuídos à moda são socialmente construídos no interior de um contexto cultural específico e inseridos em quadros interpretativos particulares. A moda é possuidora de um sistema simbólico enquanto atividade socialmente significativa. As representações virtuais são estratégias de observação do mundo concreto e permitem a apreciação de modelos e condutas mais explícitas do que a praticada no interior da escola.

A abordagem etnográfica descrita aqui tem como objetivo fazer justiça à riqueza e complexidade da cibercultura e também defender a experimentação dentro do gênero como uma resposta a novas situações. Sendo assim, foram analisados os valores que influenciam a elaboração das identidades virtuais como a relação do avatar com a realidade, os motivos da apresentação sob tal forma estética no ciberespaço, os julgamentos sociais e individuais, e os relacionamentos obtidos pela busca de capital social.

Para perceber como os estudantes vivenciam as representações expostas no seu cotidiano e transportam suas interpretações e sentidos sociais, os quais regem as relações entre os sujeitos, privilegiei como alternativa metodológica para coleta e aprofundamento dos dados o grupo focal. Este foi considerado uma forma de mediação capaz de incentivar a produção de sentido em situações de recepção coletiva e evidenciar processos de representações, formação e sustentação de identidades, privilegiando a relação entre os sujeitos, além de propiciar significativas trocas entre eles.

Segundo Morgan (1997), o grupo focal difere da entrevista em grupo na medida em que não se trata apenas de uma sequência de perguntas e respostas, pois prevê a interação entre os participantes no decorrer da discussão. Esses podem rever suas opiniões e refazer suas afirmações enquanto reelaboram seus pontos de vista. Como uma forma de pesquisa qualitativa, grupos focais são basicamente entrevistas em grupo, embora não no sentido de se alternar as questões de um pesquisador com as respostas dos participantes da pesquisa. Ao invés disso, a confiança está na interação dentro do grupo, baseada em tópicos fornecidos pelo pesquisador que, geralmente, faz o papel de moderador. A marca dos grupos focais é a interação de seus membros para produzir dados e *insights* que seriam menos acessíveis caso não houvesse esse tipo de troca. (MORGAN, 1997, p. 2).

Ressalta-se a capacidade que os grupos focais apresentam de recriar situações de conversação cotidiana; ocasiões sociais em que as habilidades críticas dos participantes emergem ao trocarem experiências, apresentarem pontos de vista e argumentos acerca de um determinado tema ou assunto.

O grupo focal não é um agregado conveniente de opiniões individuais, mas uma simulação desses contextos comunicativos rotineiros, mas relativamente inacessíveis que nos ajudam a descobrir os processos através dos quais o sentido é socialmente construído através da fala cotidiana. (LUNT E LIVINGSTONE, 1996, p. 85).

Desse modo, nos grupos focais há o uso explícito da interação de grupo para produzir material de análise e *insights* que seriam menos acessíveis de outro modo. O grupo focal é um grupo de discussão que debate sobre um tema em

particular, ao receberem estímulos apropriados para isso. Essa técnica distingue-se por suas características próprias, principalmente pelo processo de interação grupal, que é uma resultante da procura de dados.

É importante salientar que, no início deste estudo, pretendia-se analisar as fotografias das vestimentas dos estudantes, mas estas apresentaram limitações, ocultando a análise da imagem do “querer ser”, permitida pelos avatares. Outro elemento que necessitou ser modificado com o desenrolar do trabalho de campo foi o tipo de aplicativo a ser utilizado. Inicialmente, foram pensados em mecanismos de simulação da vida real como o jogo *Second Life*, que demonstrou, em sua aplicabilidade como laboratório, exigir um tempo junto aos estudantes no interior da escola, pois a construção dos avatares determinava um pré-conhecimento do jogo.

Frente a esses percalços iniciais na pesquisa de campo, o *Buddy Poke* foi escolhido como aplicativo piloto e utilizado em fase de teste numa escola estadual, com estudantes do ensino médio. No entanto, mostrou-se limitado em suas opções de representação das características físicas e de vestimentas. Essa etapa foi aplicada em estudantes entre 16 e 17 anos que trabalhavam durante o dia e estudavam à noite. No período de realização das entrevistas e elaboração dos avatares, eles assumiram uma postura mais adulta, não permitindo uma análise do universo juvenil como pretendiam os objetivos desta pesquisa. Tal resultado determinou a reconfiguração da escolha da faixa etária dos estudantes e o tipo de turno que eles estudavam. Optou-se, então, por estudantes entre 14 e 15 anos do período diurno.

Após todo o estudo para a escolha do aplicativo ou jogo que atendesse às exigências desta pesquisa, escolhi o jogo *The Sims*, que permite a análise da construção virtual da aparência dos estudantes. Isso não seria possível somente com a observação desses no ambiente escolar, tanto pela escola adotar o uso de uniforme, o que limita as opções de vestuário, quanto pelas limitações materiais como roupas/ aparências que os jovens gostariam de possuir.

Após o piloto da pesquisa, foi estabelecido o jogo que seria empregado e definido as etapas de coleta de dados, que consistiram em três momentos distintos:

observação dos estudantes, grupo focal e elaboração do avatar empregando o jogo The Sims e entrevista individual.

3.2 The Sims

O jogo The Sims, criado pelo designer de jogos Will Wright nos anos 90, foi desenvolvido inicialmente pela empresa Máxis que é a atual subsidiária da Eletronic Arts⁴², com versões do jogo para a plataforma PC, videogame, celular e internet.

Em seu lançamento, no início do ano 2000, o *game* The Sims alcançou muito sucesso, sendo apontado pelo instituto de pesquisas norte-americano PC Data como um dos títulos mais vendidos naquele ano na categoria de jogos para computador. Em março de 2002, a empresa fabricante anunciou que o The Sims já era o jogo para PC mais vendido de todos os tempos.

Em setembro de 2004, foi lançado o The Sims 2, que seguia a estrutura básica do anterior, mas com um ambiente totalmente em 3D. A Eletronic Arts utilizou várias sugestões dos jogadores para aprimorar o *game*, incluindo a possibilidade dos personagens envelhecerem e transmitirem suas características genéticas para seus filhos.

Os CDs de expansões, lançados para o jogo, oferecem opções e variedade de elementos e temas aos jogadores, tais como: “Gozando a Vida”, “Fazendo a Festa”, “Encontro Marcado”, “Em Férias”, “O Bicho Vai Pegar”, “Superstar”, “Num Passe de Mágica”. Essas constantes atualizações são uma das estratégias da Eletronic Arts para manter o interesse dos jogadores pelo game.

A segunda versão do jogo foi lançada em setembro de 2004. O The Sims 2 apresentou um ambiente totalmente em 3D com gráficos aprimorados. O tempo no jogo também ganhou um novo conceito, pois os Sims envelhecem através de seis estágios de vida: recém-nascido, bebê, criança, adolescente, adulto e idoso, sendo possível jogar com diversas gerações de Sims. Também foi criado um código

⁴² Fundada em 1982, a Electronic Arts desenvolve, publica e distribui mundialmente *softwares* para PCs e *videogames* sob quatro marcas: EA Games, EA Sports, EA Sports Big e EA.com.

genético que acompanha cada personagem e é transmitido para seus filhos, os quais herdam características do pai e da mãe.

Além disso, os Sims ganharam expressões faciais, indicando tristeza, felicidade, raiva, entre outras. Na versão anterior, as faces dos personagens eram estáticas. As experiências vividas pelos Sims passam a ter um aspecto mais importante, pois são gravadas como memórias ou traumas, afetando assim o comportamento dos personagens.

O The Sims 2 também seguiu a linha de expansões: “Vida de Universitário”, “Vida Noturna”, “Aberto para Negócios”, “Bichos de Estimação”, “Quatro Estações”. Dessa forma, a Eletronic Arts continuou utilizando as expansões para manter o interesse dos jogadores, em um ambiente que pode oferecer novas possibilidades.

A empresa Eletronic Arts elabora um amplo plano de lançamento dos jogos para os meios de comunicação (geralmente sites de jogos e revistas de games). O *site* oficial⁴³ disponível em 20 línguas, com *sites* regionais para cada país, apresenta informações e integração entre os jogadores do The Sims. Também disponibiliza uma área para os jogadores trocarem suas casas e famílias, além de fazer *download* de novos objetos.

O The Sims 4 tem sido amplamente divulgado e aguardado ansiosamente por seus fãs, com lançamento previsto para o segundo semestre de 2014.

3.2.1 O jogo

Os jogos de simulação, como o The Sims, possuem lugares e situações virtuais que são baseados em temas existentes no mundo real. O jogador depara-se com a criação de mundos e com a manutenção de personagens e lugares virtuais, não existindo um roteiro pré-definido ou etapas do jogo, mas possibilidades que o jogador elabora durante o desenvolvimento da narrativa.

⁴³ Disponível em <<http://www.thesims.com>>. Acesso em: 25/05/2014.

O desafio do jogador não é a competição com outros jogadores, mas sua própria *performance*. Segundo Turkle (1997), a finalidade é transformar um conjunto de partes complexas e independentes em um todo próspero. A essência do jogo é fazer escolhas e observar como o sistema reage; busca-se estabelecer equilíbrios no jogo, levando-se em consideração diversas variáveis. Por essa razão, Will Wright, o criador do The Sims, afirma que “jogar consiste em descobrir como é que o modelo funciona” (apud TURKLE, 1997, p. 107), já que é manipulando e fazendo uma recombinação das variáveis que o jogador aprende a lidar com o modelo.

O jogador deve criar e comandar uma comunidade, os “Sims” (avatares), sendo necessário criar uma ou mais famílias, e não somente um personagem (figura 1). Cada família pode ter até oito personagens, entre adultos e crianças, e deve-se escolher um terreno vago ou com uma casa em uma vizinhança para a família morar. Com isso, os Sims passam a viver o cotidiano de um núcleo familiar, tendo que se relacionar com outros e com os objetos da sua própria casa, de um modo funcional. O *game* foi desenvolvido para que os objetos atraíssem os Sims para usá-los, relacionando as necessidades do personagem com o que os objetos podem oferecer. O Sim decidirá qual será o seu próximo ato no jogo.

Figura 1 - Página inicial



Fonte: The Sims 3.

No The Sims, os jogadores constroem seus próprios personagens, baseados em características reais ou imaginárias (Figura 2). Com isso, cada uma dessas representações virtuais possui uma personalidade e aparência física diferenciadas,

que são definidas pelo jogador no início do jogo. O jogo oferece Sims prontos (Figura 3).

Figura 2 - Nome e sobrenome, idade e sexo do avatar



Fonte: The Sims 3.

Figura 3 - Sims prontos



Fonte: The Sims 3.

No The Sims, o jogador possui um controle total do cenário, podendo, além de comandar a vida de seus avatares, construir suas casas e controlar desde suas carreiras profissionais até as atividades mais básicas do dia-a-dia, como tomar banho, dormir e cozinhar.

As histórias que surgem, no decorrer do jogo, vêm da própria simulação e da interpretação que o jogador dá aos eventos. Os jogadores constroem a narrativa com as ferramentas e situações disponíveis no jogo. Outro aspecto do jogo é a inexistência de uma postura moral em suas regras (KRÜGER; CRUZ, 2002), pois não há julgamento das escolhas dos jogadores. Esses são livres para torturar e até matar seus personagens. Nesse aspecto, verifica-se a liberdade que o jogo proporciona ao usuário de julgar e comandar situações de acordo com seus próprios princípios morais, culturais, estéticos e sociais.

3.3 Coleta de dados

Na escolha da escola, pretendi obedecer aos seguintes critérios: ser uma escola pública que atendesse a escolarização da faixa etária escolhida e estar situada na periferia de Curitiba. Para a autorização da pesquisa no interior de uma escola municipal, foi necessário um primeiro contato com a Secretaria Municipal da Educação de Curitiba que analisou o projeto de pesquisa e me encaminhou para uma de suas escolas que oferecem o ensino fundamental de 1º ao 9º ano.

A escola, onde realizei a pesquisa, situa-se na região sul da cidade, no último bolsão de terras para loteamentos de Curitiba. Antes uma área destinada à plantação de grama, passou a ser urbanizado a partir de 1991, de maneira planejada e regular, para absorver os contingentes migratórios oriundos do interior do Paraná. Esses imigrantes vinham em busca de trabalho nas grandes montadoras que se instalaram na região metropolitana da capital paranaense naquele período. Tal fato explica a procedência das famílias dos estudantes atendidos pela escola: principalmente do interior do estado do Paraná e de Santa Catarina.

Com o passar dos anos, tornou-se o segundo bairro mais populoso da capital, mas, apesar de seu planejamento inicial e dos inúmeros equipamentos e serviços públicos prestados na região, ele apresenta os problemas de qualquer outro bairro da periferia de uma grande cidade, como transporte público, vagas nas creches, violência, entre outros.

No entorno escolar, existem diversos comércios, praças, espaços sagrados de diferentes religiões, ginásio de esportes, unidades de saúde, hospital, transporte urbano e um bosque. As ruas são asfaltadas e possuem calçadas, além de saneamento básico.

Os prédios da escola são limpos e organizados, pintados de branco e verde, com algumas pichações em seu interior. A escola possui 30 salas de aulas, 01 refeitório, 08 banheiros para professores e funcionários, 20 banheiros para alunos/feminino, 20 banheiros para alunos/masculino, 01 biblioteca, 01 secretaria, 01 sala de direção, 01 sala dos professores, 01 sala de artes, 01 laboratório de ciências, 02 laboratórios de informática, 01 sala do setor pedagógico, 03 quadras esportivas, 01 ginásio de esportes com capacidade para 250 pessoas sentadas.

Os estudantes⁴⁴ são residentes do próprio bairro em que se localiza a escola. O nível de escolarização dos pais ou responsáveis dos alunos encontra-se entre o Ensino Fundamental completo e o Ensino Médio. Aqueles que têm trabalho regular estão atuando no comércio, na indústria, no funcionalismo público, em atividades autônomas e no mercado informal. Porém, é significativo o número de pais que se encontram desempregados, sobrevivendo de trabalhos esporádicos e informais.

Segundo as informações da escola, os estudantes pertencem à classe média, e possuem acesso à informática, frequentam bibliotecas, cinemas. Possuem aparelhos eletrônicos (TV, computador, rádio, máquina de lavar roupa, DVD, geladeiras, entre outros). O lazer constitui-se em passeios a parques, praças, *shopping* e cinemas.

A escola municipal pesquisada possui 1816 estudantes, distribuídos nas seguintes modalidades de ensino, nos três turnos: Ensino Fundamental – Ciclos I e II, 5ª à 8ª Séries, Ensino Supletivo Fase I e II e passará a ofertar a Educação Infantil. Tem em seu quadro de magistério 93 professores de 5ª à 8ª série, 3 professores da

⁴⁴ Para traçar o perfil socioeconômico dos estudantes foram utilizadas as informações contidas no Projeto político-pedagógico da escola. As informações socioeconômicas dos estudantes e dos professores foram obtidas por meio de uma pesquisa elaborada e aplicada pelo setor pedagógico da escola para a elaboração do projeto Político-pedagógico.

Educação de Jovens e Adultos – EJA e 10 pedagogas. Com relação ao número de funcionários, são 20 inspetores, 1 secretária, 7 administrativos, 3 funcionários do Farol do Saber (biblioteca), 2 guardas municipais, 21 nos serviços terceirizados da limpeza e 6 da empresa responsável pela merenda escolar.

Os professores que atuam na escola possuem curso superior e pós-graduação. Dos professores da escola, um número significativo reside em outros bairros, necessitando de transporte coletivo e particular para chegar à escola. O tempo médio de suas residências até a escola é de quarenta minutos.

Em um levantamento realizado pela escola, constatou-se que seus profissionais sentem-se bem em seu ambiente de trabalho e afirmam que o maior empecilho para fixarem sua vaga no estabelecimento é a distância de sua moradia, pois acabam gastando muito com locomoção.

A pesquisa de campo foi realizada com 10 estudantes do 9º ano (manhã), cinco garotos e cinco garotas⁴⁵, com idades entre 14 e 15 anos. Durante as aulas de História, os estudantes escolhidos foram encaminhados para o grupo focal e para a construção dos avatares. Os participantes não perderam os conteúdos pedagógicos, pois era uma semana de conselhos de classe do final de semestre.

As observações dos estudantes ocorreram em aproximadamente quinze dias, no mês de junho, sendo realizadas nos momentos de intervalos das aulas, na entrada e saída e durante os recreios. Privilegiei os momentos mais informais dentro do ambiente escolar, em que observei a formação e as ações dos grupos de forma mais independente dos rigores disciplinares, assim como suas vestimentas. As constatações dessa etapa estão inseridas no corpo do texto.

A localização da sala de aula, destinada tanto ao grupo focal, quanto a elaboração dos avatares, possibilitou desenvolver o encontro com os estudantes sem interferências externas, facilitando o debate e assegurando a privacidade, o conforto, além de ser um ambiente neutro.

⁴⁵ Os nomes dos estudantes foram trocados por motivos éticos, mantendo o anonimato dos jovens.

O número de participantes no grupo seguiu a orientação de estudos acerca do grupo focal, que indicam o número ideal entre seis a dez sujeitos. Como mediadora, procurei facilitar as discussões, encorajando os depoimentos e assegurando espaço para que todos os participantes se expressassem. Além de realizar sínteses, retomando o foco da discussão e confirmando as informações sempre que necessário. Procurei falar pouco e ouvir mais, fazendo intervenções somente quando necessário, para manter o debate dentro do assunto e em consonância com as orientações de estudos sobre o grupo focal. Para preservar a identidade e anonimato dos colaboradores do estudo, utilizei outros nomes na transcrição de seus depoimentos. As falas dos estudantes foram transcritas fielmente, não sendo observadas regras gramaticais em sua transcrição.

A direção da escola prestou toda a estrutura para realização das etapas da pesquisa de campo. A coordenadora escolar foi quem convidou os estudantes de ambos os sexos, do 9º ano, a participarem da pesquisa como colaboradores. Foi escolhido um representante de cada uma das dez turmas. O grupo focal teve a participação de 10 estudantes de ambos os sexos, que não possuíam relações de amizade entre si. A duração do evento foi de aproximadamente 60 minutos.

Antes do início do grupo focal, expliquei aos estudantes envolvidos os objetivos e os procedimentos da pesquisa, além da metodologia do grupo. Segui um roteiro de questões que deveriam ser contempladas durante o processo (Apêndice I). Inicialmente, os estudantes se apresentaram, dizendo o nome e a idade. Como a pesquisa foi realizada no interior do ambiente escolar, preferiu-se iniciar a entrevista com questões sobre o uniforme escolar, tema recorrente naquele universo.

Nas análises das narrativas dos estudantes, utilizei a abordagem de Rüsen (2001a) que as compreende como uma construção verbal que organiza ações e citações num determinado tempo-espaço, em torno de um indivíduo. É por meio da narrativa que o sujeito organiza o mundo e suas experiências nele. Ao narrar sua história, o sujeito organiza suas vivências no mundo e torna-se capaz de interpretá-las e reinterpretá-las. Por meio da narrativa, é que a consciência histórica se manifesta “em uma estrutura única de pensamento, num modo de consciência que é adequado ao relacionamento de assuntos da história”.

A constituição da consciência histórica por meio da construção narrativa se dá com o recurso da lembrança, tida como uma relação determinante para interpretar as experiências do tempo. A consciência histórica constitui-se na representação que a narrativa faz das "mudanças temporais do passado rememoradas no presente como processos contínuos nos quais a experiência do tempo presente pode ser inserida interpretativamente e extrapolada em uma perspectiva de futuro" (RÜSEN, 2001a, p. 64). Essa relação interdependente das três dimensões temporais é representada em termos de continuidade e serve para orientação da vida prática atual.

3.4 Vozes juvenis

Nas inúmeras conversas informais no interior da escola, percebi que, dentre os múltiplos pertencimentos dos estudantes, a categoria que os une é o da juventude. A categoria de juventude pode ser classificada como identitária, pois os estudantes possuem a percepção de que fazem parte de uma categoria social que se opõe a outra por uma identidade geracional. Ou seja, é o reconhecimento de indivíduos e/ou grupos de indivíduos de que configuram dada categoria identitária, ainda que suas percepções sobre essa categoria sejam diversas.

Para os estudantes pesquisados o processo de socialização é composto de múltiplas interações, resultando numa trama que, ao mesmo tempo, abre muitas opções e também impõe muitos limites. Possuindo acesso a múltiplas referências culturais, os jovens criam sentidos para as experiências que vivenciam e se constituem como sujeitos a partir desses processos. A autodefinição de vários estilos dos jovens baliza, segundo Gilberto Velho, seus "multipertencimentos" (apud. ALMEIDA, 2006, p. 193), o que permite compreender o processo de interação social por meio das classificações e atribuições de papéis, formação de expectativas de comportamento e modos de indivíduos e de seus grupos de pertencimento.

Atualmente, há um processo de redefinição das formas de sociabilidade, que se tornam fluidas, abertas e movediças, diferentes das formas tradicionais que eram mais estáveis e, muitas vezes, acompanhavam o sujeito por toda a sua vida. Os

sujeitos do início do século XXI desempenham uma grande diversidade de experiências, tanto em ambientes virtuais, quanto nos reais, podendo pertencer a uma ou mais coletividades, simultaneamente ou não.

A juventude é uma categoria socialmente construída, segundo José Machado Pais (1993), sujeita a modificar-se ao longo do tempo. A divisão do curso da vida em sucessivas fases é produto de um complexo processo de construção social. O autor rompe com a ideia de grupo homogêneo com características comuns a uma idade, busca construir uma noção de juventude pelo prisma da diversidade, pois o lugar e o trabalho não definem mais a identidade dos indivíduos. Muitos são os modos de ser jovem, expressos nas falas e vestimentas; seus pertencimentos são vários.

Com a finalidade de analisar as manifestações da identidade juvenil em sua relação com o tempo, utilizei as respostas de quatro questões dos estudantes de uma escola pública da periferia de Curitiba, que participaram do projeto “Jovens e a História” – 2012, sobre o conceito de juventude, relacionando-as com as observações e narrativas dos estudantes da escola municipal onde foi aplicada a presente pesquisa.

As narrativas dos jovens, em relação ao conceito de juventude (Tabela 8), apresentam uma análise pautada no presente e ao futuro, utilizando a noção de causalidade, mas sem recorrências ao passado. A ideia de juventude está vinculada ao hoje, ao imediatismo. As ideias básicas que permearam as falas dos estudantes estão relacionadas a curtir a vida, irresponsabilidade e liberdade.

Tabela 8 - As narrativas dos jovens em relação ao conceito de juventude

Gabriel	É ser meio exagerado, eu sou assim, exagero na dose... (risos)
Greiciane	Não tenho como definir, acho que é curtir a vida, se divertir com os amigos, festar muito, namorar, ficar, ter uns esquemas de vez em quando... Porque quando a gente fica mais velha, vem os filhos, o marido e não dá para curtir como quando a gente é jovem, tem que cuidar a casa, lavar roupa, essas coisas chatas.
Jayson	Hum! Meio complicado, não acerta direito as coisas como faz. Meio destrambelhado, mais gente boa (risos). Ter um monte de amigos, ser feliz!
Marcos	É cuidar do corpo e da mente ser uma pessoa de bom humor e de bem com a vida não prejudicar ninguém. Estudar, pensar no futuro para ser alguém.

Natália	É ter sonhos e lutar para alcançá-los, ter determinação e não se deixar vencer pelos obstáculos que muitas vezes a gente encontra pela frente e viver muito.
Ana	Irresponsabilidade, eles acham que podem agir como adulto. Hoje em dia são poucos os jovens que realmente são jovens. Curtir até um certo limite, saber a hora certa de parar que você pode continuar, o seu limite, o limite das pessoas. Acho que você agindo assim, com a responsabilidade em primeiro lugar, agindo bem dentro de casa. Saber a hora das coisas, saber o que pode e não pode, acho que isso seria bom
Stephany	Ser livre.
Renato	É aproveitar a vida, enquanto você é jovem. Porque daqui uns dez anos, você começa a trabalhar e não para mais, assume mais responsabilidades.
Daniela	Sei lá, acho que ser jovem vai muito da personalidade. Sei que tem jovem que parece que é velho, mas é se vestir de uma forma legal. O comportamento mostra que a gente é jovem, as amizades mostram que ela é jovem.
Ademir	Acho que o jovem tem que ser mais livre, mas com exceções, um jovem que de mais importância a vida, pense no seu futuro para ter um futuro melhor, pense mais na família. Acho que no futuro o jovem será diferente, uns serão melhores, outros piores.

Fonte: Dados organizados pela autora, com base nas entrevistas individuais.

Na discussão sobre as abordagens do conceito de juventude nas Ciências Sociais, realizada por Alexandre Barbosa Pereira (2007), a questão entre jovens e lazer constituiu-se em um elemento importante para praticamente todas as análises. Embora o lazer ou a fruição do tempo livre não seja uma prática cultural exclusiva dos jovens, esta parece ter se tornado um elemento importante da representação construída a respeito do jovem na sociedade atual. Tanto nas entrevistas realizadas, como nos dados obtidos pelo projeto “Jovens e a História”, a representação que os estudantes fazem da juventude reforça a tríade: jovens, irresponsabilidade e divertimento.

Tabela 9 – Como são os jovens de nosso país

Escola pública de periferia de Curitiba						
Irresponsáveis	Trabalhadores	Participativos	Violentos	Criativos	Individualistas	Solidários
39,1%	13,0%	0,0%	4,3%	17,4%	26,1%	0,0%

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

Os conceitos juventude e irresponsabilidade estão profundamente ligados, é o que mostra os dados obtidos na pesquisa “Jovens e a História” (Tabela 9), na qual 39% dos estudantes de escola pública da periferia afirmam que os jovens são irresponsáveis. A opinião do estudante Renato confirma essa relação entre juventude e irresponsabilidade: “É aproveitar a vida, enquanto você é jovem. Porque daqui uns dez anos, você começa a trabalhar e não para mais, assume mais responsabilidades”.

As características que indicam uma imagem positiva dos jovens na pesquisa, como participativos e solidários, não receberam nenhuma citação. A condição de trabalhadores também parece não identificar os jovens, como indicam 13% dos pesquisados.

Os dados do projeto “Jovens e a História” (Tabela 10) indicaram que 31,8 % dos participantes têm a necessidade de assumir responsabilidades. O relato de Ana demonstra esse desejo.

Irresponsabilidade, eles acham que podem agir como adulto. Hoje em dia são poucos os jovens que realmente são jovens. Curtir até um certo limite, saber a hora certa de parar que você pode continuar, o seu limite, o limite das pessoas. Acho que você agindo assim, com a responsabilidade em primeiro lugar, agindo bem dentro de casa. Saber a hora das coisas, saber o que pode e não pode, acho que isso seria bom.

A estudante Greiciane expressa, em sua fala, a ideia de “curtir a vida” e que responsabilidade se destina aos adultos,

Não tenho como definir, acho que é curtir a vida, se divertir com os amigos, festejar muito, namorar, ficar, ter uns esquemas de vez em quando... Porque quando a gente fica mais velha, vem os filhos, o marido e não dá para curtir como quando a gente é jovem, tem que cuidar a casa, lavar roupa, essas coisas chatas.

Tabela 10 – Em sua opinião, a juventude deve

Escola pública de periferia de Curitiba				
Lutar por suas ideias/ideais	Divertir-se e curtir a vida	Formar-se para o futuro	Assumir responsabilidade	Definir objetivos de vida para si
31,8%	13,6%	22,7%	31,8%	0,0

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

A característica dos jovens como individualistas é apontada por 26,1% dos pesquisados, e assinalada por Bauman (2001) que descreve a individualidade contemporânea como um fadário, não uma escolha dos sujeitos. Isso se deve, explica o autor, justamente ao cenário da liberdade individual de escolher, onde não existe a opção de escapar à individualização.

Sendo o individualismo uma das expressões mais frequentes para classificar o jovem atualmente, as prioridades são basicamente as individuais e, mesmo em relação aos amigos, pode prevalecer o interesse próprio. Há uma convicção, mais ou menos generalizada, de que durante a adolescência o grupo de amigos acaba por substituir um pouco a família. No entanto, o que os dados mostram (Tabela 9) é que os jovens pesquisados têm a família como elemento fundamental em suas vidas. O país surge em segundo lugar na escala de estimas dos jovens, seguido dos amigos. Os valores materiais, como o dinheiro, aparecem antes da preocupação com a religião e origem étnica.

Tabela 11 – Que importância tem para você o seguinte⁴⁶

Escola pública de periferia de Curitiba						
Família (média)	Amigos (média)	Passatempos/ meus interesses pessoais (média)	O meu país (média)	A minha origem étnica (africana, europeia, indígena ou outra) (média)	Dinheiro e riqueza que possa adquirir (média)	A minha fé religiosa (média)
1,80	1,12	1,04	1,24	0,42	1,00	0,61

Fonte: Dados organizados pela autora, com base no projeto “Jovens e a História” - 2012.

A perspectiva de futuro relacionada à juventude aparece nos dados do projeto “Jovens e a História” (Tabela 11), no qual 22,7% dos pesquisados apontam a necessidade dos jovens se prepararem para a vida adulta (Formar-se para o futuro). Ideia reforçada por Marcos que afirma que juventude: “É cuidar do corpo e da mente ser uma pessoa de bom humor e de bem com a vida não prejudicar

⁴⁶ A escala Likert foi utilizada nesta tabela variando entre 2 a -2, sendo que nesta questão -2 para a resposta mais negativa (discordo totalmente), passando por zero para a resposta neutra (concordo em parte) e 2 para a resposta mais positiva (concordo totalmente).

ninguém. Estudar, pensar no futuro para ser alguém”. A jovem Natalia possui uma ideia romântica sobre a juventude: “É ter sonhos e lutar para alcançá-los, ter determinação e não se deixar vencer pelos obstáculos que muitas vezes a gente encontra pela frente e viver muito”.

3.5 Uniformes: usar ou não usar? Eis a questão!

Sete horas da manhã. Aos poucos, os estudantes começam a chegar. Alguns com passos tranquilos, outros vêm mais apressados; alguns vêm sozinhos ou em pequenos grupos e, em vinte minutos, o pátio da escola está repleto de jovens vestidos com seus uniformes verdes.

O uniforme serve para torná-los uma massa homogênea, porém, um olhar atento começa a desvelar a presença de nuances na padronização da vestimenta. Aqueles que chegam de bicicleta surgem com as barras das calças erguidas até mais ou menos o meio da panturrilha para evitar que essas enrosquem nos pedais; as meninas evangélicas customizam suas calças do uniforme transformando-os em longas saias; os garotos do hip hop usam calças com alguns números maiores para exibir a marca de suas cuecas; os boleiros com seus colares reluzentes de prata que surgem por baixo das camisetas. Mesmo no frio de junho em Curitiba, as camisetas das *funkeiras* insistem em mostrar os *piercings* de seus umbigos, enquanto que o capuz dos moletoms dos *skatistas* escodem os olhos e os roqueiros ostentam a camiseta de suas bandas prediletas por cima do moletom. Os bonitões, as patricinhas, os pilacos, os esportistas, os tímidos, os intelectuais, os fortões, os boleiros, as roqueiras, os que passam os recreios lendo nos corredores da escola, na poética do vestir a identidade está posta.

Na escola o uso dos acessórios demonstra a posição contra as formas institucionalizadas de poder e de dominação; são as repostas simbólicas aos códigos de vestir impostos, mas também uma maneira de adotar uma identidade individual e social. Um dos maiores itens de resistência dos estudantes frente à padronização estabelecida pelos uniformes é o uso do boné, o qual provoca discussões acaloradas no interior da escola. O boné é identificado pelos professores

como um dos fatores de indisciplina em sala de aula e alvo de uma proibição acirrada. Para os jovens consultados o uso do boné em sala de aula não atrapalha o processo de aprendizagem dos estudantes que o utilizam e muito menos dos seus companheiros de classe. Segundo eles, todo o alarde promovido por sua proibição é desnecessária. Renato resume a situação “Não atrapalha, não. Eu não uso boné, não gosto. Mas não interfere em nada”.

Os estudantes assumem posturas de resistência no interior das escolas, como aponta Peter McLaren (1997), contestando a hegemonia da cultura dominante, pois a escola valoriza o capital cultural de uma classe média sobrepondo ao capital dos estudantes. Nessas circunstâncias, a escola tende a deslegitimar e, algumas vezes, apagar o sentido cultural e as relações sociais valorizadas pelos estudantes.

Da mesma forma que a aceitação de uma regra social, como o caso do uniforme, oferece um amparo diante da variedade de opções (movimento que corresponde aproximação de um grupo – *habitus* grupal), oferece também um espaço de projeção e de expressão de uma individualidade (movimento de afastamento do grupo – *habitus* individual) no uso particular e singularizado de um comportamento. Tal fenômeno foi demonstrado pelos jovens da escola analisada, os quais, por meio de sutilezas em seus uniformes, produzem em suas composições estéticas nuances que os distinguem e que, ao mesmo tempo, os aproximam do grupo. Em um grupo, o uso dos acessórios possibilita agregar os iguais; em outro, afasta os diferentes, posicionando-os em espaços separados e criando distinções em um ambiente que deveria ser homogêneo.

As roupas servem como um sistema de signos que ordena a interação social por meio da identificação e localização de indivíduos e grupos dentro da sociedade. O primeiro estudo significativo sobre o caráter comunicativo dos uniformes foi o de Nathan Joseph (1986), que examinou as funções das roupas em diversos contextos sociais. O autor aponta alguns critérios para que a roupa possa ser considerada um "uniforme": 1) deve servir como um emblema de grupo; 2) deve atestar a legitimidade da instituição, revelando posição de *status* de um ator, e 3) deve suprimir individualidade. A presença de um uniforme nas escolas implica, automaticamente, em uma estrutura hierárquica de dois níveis: aqueles que usam

uniformes (subordinados) e aqueles que não usam uniformes (superiores). Os uniformes escolares servem como um sinal claro dessa distinção de *status* entre estudantes e professores e, portanto, capaz de certificar a legitimidade dessa distinção por todos os membros. Uniformes escolares atuam como supressores da individualidade dos estudantes, exigindo uma padronização da aparência ao remover a sua expressão através da roupa. Dadas essas características, torna-se claro que os uniformes possuem a função de manter o controle social no ambiente escolar.

Os uniformes são compreendidos como um sinal de participação no grupo, agindo como pistas imediatas que sinalizam os sujeitos que pertencem à comunidade escolar. No entanto, entre os próprios membros da comunidade, os uniformes são dispositivos que estabelecem limites de interação entre os membros de *status* diferentes, professores e estudantes, e promovem a internalização dos objetivos organizacionais.

O uniforme é visto como um dispositivo capaz de resolver certas tensões em organizações complexas como a escola. Ou seja, para definir seus limites, para garantir que os membros estarão em conformidade com os seus objetivos e para eliminar possíveis conflitos nos conjuntos de *status* de seus membros. O uniforme atua como um totem, ao revelar e esconder *status*, atestar a legitimidade e suprimir a individualidade.

A interação desses componentes aos uniformes, a aceitação ou rejeição do uniforme são descritos nas narrativas dos jovens pesquisados. O uso do uniforme torna-se um elemento capaz de acabar com as distinções de classe social dentro da escola, igualando os estudantes. As diferenças sociais desaparecem no ambiente escolar, segundo a opinião de Natália de 14 anos: “Sou a favor, porque tem pessoas que elas usam uniforme por não ter condições de usar outra roupa. Eu já vi pessoas humilhando outras pessoas por causa disso”.

O uniforme é apontado pelos estudantes como forma de segurança, ao distinguir estudantes da escola, como explica Daniela (14 anos):

Sou a favor, porque é uma questão de segurança dos jovens, né? Até minha professora estava contando que uma vez duas meninas estavam na

rua e uma pessoa estava passando e queria enfiá-las dentro do carro, outro homem viu e como elas estavam com o uniforme da escola. Viu que elas eram menores de idade, estavam sendo atacadas, correu e ajudou. Então, eu acho que uniforme é questão de proteção pra todo mundo.

Ele é considerado um símbolo que facilita o controle social do comportamento dos estudantes. Assim, pode-se esperar que aqueles que utilizam uniformes possuam comportamentos que são coerentes com os objetivos institucionais da escola. Na escola pesquisada, tive a impressão de que, para cada etapa escolar vencida, os estudantes deixavam de usar um dos itens do uniforme. Exemplos desse comportamento tornavam-se visíveis quando eram comparados os mais novos, estudantes do 6º ano, que utilizavam o uniforme completo, aos veteranos do 9º ano, que tentavam burlar a fiscalização das inspetoras, utilizando somente uma das peças e encontrando as mais diversas desculpas para o descumprimento das normas.

3.6 A moda sem modos

Na atualidade, o consumismo é o eixo central da economia e de todo o convívio humano. As visões de mundo e padrões de conduta são inspirados e moldados pelo mercado, diferentemente da sociedade de nossos antecessores. Se anteriormente era a produção que caracterizava o espaço social e moldava seus membros como produtores, na contemporaneidade é o consumo que os molda. O consumo é uma ocupação das pessoas, "(...) é um atributo da sociedade", um arranjo social que resulta da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos, a "principal força propulsora e operativa da sociedade" (BAUMAN, 2008, p.41). O consumismo surge quando o consumo assume o papel central ocupado pelo trabalho na sociedade de produtores.

Segundo Bauman (2008), a "sociedade de consumidores" (p. 70-71) representa um conjunto peculiar de condições existenciais em que é elevada a probabilidade de que a maioria dos homens e das mulheres venha a abraçar a cultura consumista em vez de qualquer outra, e de que, na maior tempo, obedeçam

aos preceitos dela com máxima dedicação. A sociedade utiliza o consumo como meio de estratificação social, de inclusão e de exclusão. Assim, como qualquer outra instituição possuidora de instrumentos de coerção e de persuasão, ela recompensa a escolha de estilos de vida consumistas e penaliza outros estilos alternativos, desde a infância e independentemente da especificidade do gênero e de classe. Indica a transformação de pessoas em mercadorias e que agora devem saber “se vender” no espaço social do mercado. Nesse sentido, a atividade em que todos os sujeitos estão engajados, conscientemente ou não, por escolha ou necessidade, é o *marketing*. Isso porque a sociedade de consumo atual impõe a remodelação dos sujeitos em mercadorias, como produtos capazes de obter atenção e atrair “demanda e fregueses”.

Os sinais identitários expressos pela moda são fundamentais enquanto fenômenos de imitação e de diferenciação social. Alguns jovens pesquisados relataram que se vestem iguais aos amigos, ao mesmo tempo em que utilizam também a moda para exibir o estilo pessoal, diferenciando-se do resto do grupo. O sujeito é um coletivo incorporado; a relação do corpo com o mundo está, implícita e explicitamente, ligada à imposição de uma representação legítima do corpo. Este, em conjunto com o modo como o sujeito se veste, está relacionado a seu pertencimento social, seu estilo, a maneira como quer ser visto pelo mundo. Como narram os estudantes:

Gabriel – Eu ando de skate, sou skatista. Meu estilo é calça meio colada, skatista que todo mundo fala, moletom, sempre tem que ter uma coisa de marca.

Ademir – Esportista, gosto de agasalhos, aqueles conjuntos que os esportistas usam, eu gosto de usar.

Ana – Sou largada. Um pouco sim, como posso explicar? Para as meninas de hoje em dia sim, do jeito que elas se vestem e do jeito que eu me visto, acho que sim. As pessoas definiram assim, entendeu? Que eu sou meio largada...



NOME: ANA
 IDADE: 15 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

Os estudantes enfatizam sua inclusão social por meio de processos de descrição identitária. Quando indagados sobre quais grupos os jovens conseguiam perceber no interior da escola, foram relacionados os seguintes: *punks*, *skatistas*, *Hip Hop*, *boleiros*, *pagodeiros*, *góticos*. Recorrentes na fala dos jovens pesquisados, os pilacos são assim identificados:

Greiciane – Usam calças coloridas, tipo Restart, eu não gosto. Pilaco é a pessoa que é modinha, uma calça colada. Tipo essa blusa (aponta para a jaqueta estilo college que está usando) antigamente era modinha, quando eu comprei era modinha, todo mundo tinha. Eles usam blusa de marca, roupa de marca, tênis, tudo de marca.

A especificidade do campo de produção simbólica, como no caso a moda, é originária dos bens simbólicos e da própria produção simbólica, resultante de um conjunto de operações que tendem a assegurar a promoção ontológica e a transubstanciação do produto das operações de fabricação material. Segundo

Bourdieu, os circuitos de produção e de circulação material são ciclos de consagração que produzem legitimidade. Isto é, “ao mesmo tempo objetos sagrados e consumidores convertidos, dispostos a pagar o preço, material ou simbólico, necessário para eles se apropriarem” (2001, p. 50).

Entre os jovens, as vestimentas possuem a função de facilitar a inserção e a permanência em determinados grupos, simultaneamente à tentativa de procurar alternativas de diferenciação. Como aponta Bourdieu, o consumo da moda constitui-se em um capital simbólico. As diferenças entre os grupos estariam inscritas na estrutura do espaço social, ou seja, a relação com a moda passa por uma necessidade de integração ao grupo a que se pertence.

A sociedade contemporânea iguala a visibilidade social ao consumo. Pertencer é ter, e ter é consumir. O consumo está relacionado ao desejo de ter.

O consumismo de hoje, porém, não diz mais respeito à satisfação das necessidades – nem mesmo as mais sublimes, distantes (alguns diriam, não muito corretamente, “artificiais”, “inventadas”, “derivativas”) necessidades de identificação ou a auto segurança quanto à “adequação”. Já foi dito que o *spiritus movens* da atividade consumista não é mais o conjunto mensurável de necessidades articuladas, mas o desejo – entidade muito mais volátil e efêmera, evasiva e caprichosa, e essencialmente não-referencial que as “necessidades”, um motivo autogerado e auto propelido que não precisa de outra justificação ou “causa”. (BAUMAN, 2001, p. 88).

Durante o grupo focal, sentados à minha frente, lado a lado, um garoto veste um moletom da GAP, uma menina um moletom da DC, outro menino um moletom da banda de rock Iron Maiden. Os alunos são o retrato de sujeitos incluídos no processo voraz de consumo. Seus ídolos juvenis, sejam eles atores, cantores, jogadores de futebol, bandas de rock, são nomes de marcas dos mais variados produtos e realizam propagandas exaustivamente vinculadas na mídia. Edgar Morin (1990) aponta as personalidades da mídia como modelos de cultura no sentido etnográfico do termo, isto é, modelos de vida. Encarnam os mitos de autorrealização da vida privada, destronando os antigos modelos (pais, educadores, heróis nacionais); simbolizam os tipos ideais da cultura de massa. A identificação dos jovens pesquisados relacionada ao estilo, e não somente ao vestir das personalidades escolhidas, demonstram simpatia pela forma de ser, fascínio pelo

comportamento e pelo estilo de vida ⁴⁷. Implicam em relações que vão além das roupas, que passam por um conjunto de fatores, os quais levam à identificação com essas personalidades.



NOME: GABRIEL
IDADE: 14 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

Os jovens expostos à sedução do consumo, no entanto, muitas vezes, não possuem poder aquisitivo para obter os artigos em voga, o que os leva a negociações familiares, economias extras e trabalhos esporádicos.

Gabriel – (...) na verdade agora tô morando com minha avó, mas eles não tem condições financeiras de comprar minhas roupas, mas aos poucos eu vou comprando... Minha camisa é da Santa Cruz, essa camisa paguei setenta reais se você vai no shopping vê um cara com camisa de marca, roupa de marca você vai achar em um primeiro momento pô que esse cara é boy, todo mundo vai achar isso. Mas muitas vezes não, daí você vai na casa dele e é trabalhador.

⁴⁷ “(...) nas condições da alta modernidade, não só seguimos estilos de vida, mas num importante sentido somos obrigados a fazê-lo – não temos escolha senão escolher. Um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque forma material a uma narrativa particular da auto-identidade.” (GIDDENS, 2002, p. 79).

As marcas citadas pelos estudantes revelam que eles não estão alheios ao poder das grifes que dominam o cenário mundial, como a Nike e Adidas, que foram citadas não somente pelos esportistas. Além disso, eles relacionam o consumo de algumas marcas com o seu próprio estilo, como é o caso dos skatistas, ao fazerem referência a Elements, DC, Vans, Independent. Ao vestir determinada marca de roupa, eles exteriorizam sua identidade, enviam códigos que nem sempre são compartilhados por todos, mas que os iniciados compreendem.

Os indivíduos e os grupos sociais enfatizam sua inclusão social, quer que ela seja econômica quer estatutária, entre outras, por meio de processos de descrição identitária. Isso porque a identidade social não é imediatamente perceptível exceto em alguns casos específicos, como o momento em que os sinais são levados no próprio corpo e são visíveis para todos que os observam. (...) A moda, portanto, nutre-se desses sinais identitários, pois é a partir deles que se desenvolvem seus fenômenos fundamentais de imitação e diferenciação. (GODART, 2010, p. 24).

Um determinado item de vestuário pode ter um valor simbólico para um grupo específico, mesmo quando não possua valor econômico. Gabriel descreveu o grupo conhecido como “modinhas”, ressaltando a calça bege como item de identificação:

Eu me visto como um skatista, mas tem agora uma nova moda que todo mundo chama de modinhas aqui em Curitiba. Esses modinhas são bem gente boa, eu ando com eles lá em São José dos Pinhais, no shopping, e são bem gente boa. Eu tô pegando esse estilo também, fazendo meio que uma mistura. Eles usam, uma calça meio que igual a minha, mas sem bolso, mais larga, não muito colada, mas bege. Sempre calça bege, e um tênis sempre de marca, uma camisa da Obem, esses são os modinhas.

O jovem da periferia, assim como toda a sociedade, busca reconhecimento por meio do consumo. O *shopping center* é o templo do consumo, é um local seguro, privado, mas percebido como público; local preferido pelos jovens para passearem nos finais de semana, como relata Greiciane: “(...) tem que ver no domingo. É a modinha é todo mundo falar: – No domingo, vamo pro Palla!! Todo mundo! Isso aí, é modinha!”.



NOME: GREICIANE
IDADE: 14 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

No ritual de vestir e estar digno de frequentar determinado local, os estudantes da escola vestem suas melhores roupas para passearem no *shopping*, com o intuito de desaparecer as tensões, as diferenças sociais. No entanto, acreditam que são iguais a qualquer outro cliente, pois velam a segregação das classes brasileiras, as desigualdades sociais. Durante o passeio no *shopping*, eles não percebem essa distinção, pensam que a roupa que vestem elimina os sinais de diferenciação social. O ato de ir ao *shopping* é uma apropriação de bens e espaços que lhes são negados no dia-a-dia, uma tentativa de camuflar a identidade de classe ao utilizar as mesmas roupas de marca que os jovens das classes sociais mais abastadas usam.

A posição de privilégio ou não privilégio ocupada por um grupo ou indivíduo no campo social é definida de acordo com o volume e a composição de um ou mais capitais adquiridos e ou incorporados ao longo de suas trajetórias sociais. Os jovens,

quando questionados sobre se conseguiam identificar a classe social dos sujeitos por meio das roupas, responderam:

Ana – Acho que não, a maioria, principalmente os meninos se vestem baseados numa coisa só, um estilo só. Tudo tênis da Nike, camiseta da Nike. É mais ou menos isso. Acho que ser pobre ou rico não dá para identificar. As pessoas hoje em dia, as roupas tão caras, mas se a pessoa tem, ela tem como comprar, mas acho que não dá para definir se é rica ou não.

Renato – Não, porque a roupa não faz diferença. Tem gente que parcela a roupa em dez mil vezes, não dá para saber. Só conhecendo ela, conversando, conhecendo bem.



NOME: RENATO
IDADE: 14 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

Quando os grupos de jovens passeiam, usando suas melhores vestimentas, pelos corredores do *shopping*, os olhares suspeitos dos seguranças os seguem. O pertencimento a uma classe social, que não deveria estar naquele local, está inscrita em seus corpos que não são disciplinados e moldados conforme as regras de conduta, que desconhecem as normas secretas das classes mais altas, pois são

produtos de uma gênese social dos esquemas de percepção, de pensamento e ação. A posição de privilégio ou não privilégio, ocupada por um grupo ou indivíduo no campo social, é definida de acordo com o volume e a composição de um ou mais capitais adquiridos e ou incorporados ao longo de suas trajetórias sociais.



NOME: JAYSON
IDADE: 14 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

Enquanto Jayson afirma que “(...) não dá pra ver se uma pessoa tem mais dinheiro ou não pelo que ela veste. Mas se ela estiver usando correntes e brincos, dá para ver que ela tem dinheiro”, o posicionamento de Daniela difere dos demais do grupo. A estudante afirmou que é possível identificar a classe social por meio das roupas:

(...) O fato da gente ser de uma classe social mais baixa não significa que a gente tenha de se vestir de uma forma desleixada, mas acho que quando a gente tá no shopping a gente vê que as pessoas de classe mais baixa não

conseguem se vestir da forma que os de classe mais alta se vestem. Assim, querendo ou não os de classe mais alta se vestem com mais elegância. Às vezes a roupa pode ser até de melhor qualidade, mas como a roupa tá, como ela aparenta, como a pessoa combinou, eu acho que o look que ela fez muda tudo. Assim, a gente vê menina se vestindo de maluqueira, de boné aba reta, não faz meu estilo, acho que dá para diferenciar, pessoas que tem uma classe mais alta não usam este tipo de roupa.

Na sociedade pós-moderna, as esferas sociais hierarquizadas, que se constituem em esferas de distinção, perdem a nitidez de seus contornos. A dinâmica da distinção social não se esgota no conflito simbólico pela imposição de uma determinada representação da sociedade, mas se estende na produção de padrões estéticos socialmente diferenciadores. A partir das falas dos alunos entrevistados depreende-se que identificar capitais simbólicos de outras classes sociais não está ao alcance de todos os sujeitos, pois estes nem sempre possuem o grau e o tipo de capital cultural exigidos para tal fim.

3.7 Emperiquitadas⁴⁸

No final de uma das manhãs de observação, quando o sinal de término das aulas tocou, percebi um tumulto em frente à escola. Apressei o passo, enquanto os estudantes corriam em direção à rua. Quando cheguei perto, vi que duas garotas discutiam; não demorou muito para que cada uma delas grudasse no cabelo da outra, iniciando uma briga. Em segundos, elas estavam caídas no chão, atacando sua oponente com unhas, mordidas, chutes e puxões de cabelo. O guarda municipal, com muita desenvoltura, conseguiu apartar a briga, para a tristeza da plateia de estudantes que formava um círculo em torno das briguentas, gritando: Porrada! Porrada!

Voltando para buscar meu material, encontrei com uma das diretoras da escola, que me confidenciou que estava muito preocupada com a mudança de atitude das estudantes. A cada ano que passava, elas ficavam mais indisciplinadas,

⁴⁸ Emperiquitar é um regionalismo do Pará. Significa enfeitar-se ou trajar-se com apuro exagerado. Disponível em < <http://www.dicionarioinformal.com.br/emperiquitadas/>>. Acesso em 26/03/2014.

emperiquitadas; ainda muito jovens, vinham maquiadas e com roupas sexys para a escola, dançavam *funk* e provocavam os garotos e outras garotas. Segundo ela, as brigas que ocorriam no término das aulas eram quase sempre entre garotas e o motivo sempre era o mesmo: garotos.

Associei imediatamente a fala da diretora com os relatos dos estudantes que, independentemente do sexo, possuíam em suas narrativas um caráter sexista, assumindo um discurso conservador em relação à mulher e ao seu corpo, revelados nos posicionamentos frente ao estilo de roupas das meninas.

Como afirma Peter McLaren, “(...) a escola transmite e reforça as ideologias que refletem os valores predominantes e *ethos* de uma estrutura social dominada pelos homens e hierarquizada e de classe média” (1997, p. 237), reproduzindo também os estereótipos que são construídos culturalmente. Em um de seus relatos, McLaren conta que suas alunas estavam preocupadas com:

“(...) sua popularidade e poder de atração física – áreas que de longe superam as aspirações acadêmicas, uma reação contra o policiamento do corpo e as regras morais, (...) as garotas desenvolveram atributos encontrados na cultura operária em geral; dureza, sexualidade agressiva, desconfiança, da autoridade, espírito de rebelião”. (1997, p. 239).

A descrição das estudantes de McLaren lembra-me as garotas da escola pesquisada de Curitiba. Aponto para uma mudança de postura dessas jovens que transgride o consenso escolar, os valores estéticos do feminino, a versão convencional da feminilidade, provocando admiração e reprovação entre os colegas.

Os princípios fundamentais da visão androcêntrica do mundo são naturalizados sob a forma de posições e disposições elementares do corpo que são percebidas como expressões naturais de tendências naturais. O corpo é onde as desigualdades entre os sexos são naturalizadas, como relata Gabriel:

Bom, se eu vejo uma menina na rua de calça apertada e bem pequenininha assim, um shortinho, pra mim ela é uma funkeira. Tem umas meninas que andam quase igual a gente, que eu gosto dessas meninas, prefiro elas que são skatistas também. Tipo, as funkeiras, até numa festa toca um funk, tudo bem. Pra ficar até vai, mas para namorar não.

Os jovens consideram o uso de roupas femininas curtas e justas inapropriadas ao ambiente escolar, tanto nas narrativas das garotas quanto nas dos garotos. Eles apontam que as roupas que revelam o corpo interferem na aprendizagem e/ou na aula, como afirma a estudante:

Daniela – Claro que atrapalha, elas recebem muito assédio. As meninas falam que não gostam disso e aquilo, mas eu acho que quando a pessoa está usando esse tipo de roupa ela quer ser assediada. Uma hora ou outra isso vai acabar acontecendo.

Renato – Interfere, não só a gente, mas o professor também. O professor, eu não sei, mas parece uma afronta da sociedade. É que a menina fica se exibindo. E a maioria dos meninos fica olhando. Depende da pessoa tira a concentração.

As regras de conduta corporal e estética são formas de dominação social, como princípio de atuação do poder. As narrativas dos estudantes, ao serem indagados sobre se a vestimenta interfere na escolha de possíveis namoradas, contêm posicionamentos sexistas repletos de convenções sociais, principalmente contra as garotas que assumem um papel de protagonista no domínio de seu corpo e de suas relações, como as chamadas piriguetes:

Marcos – Geralmente importa a aparência, sim, mas nem sempre é a qualidade das roupas, mas sim as qualidades dela. Mas se ela se vestisse muito piriguite, aí seria difícil.

Ademir – Acho que menina é mais ligada com a moda, acho que elas sempre estão querendo estar bem vestida. Acho que isso não seria problema. Pra mim o que tem importar é o que a pessoa é por dentro e não por fora. Se fosse uma menina piriguite eu nem me interessaria, por essas pessoas.

Quanto à indagação sobre se o tipo de roupa interfere na escolha dos namorados, as garotas têm um posicionamento mais flexível, mesmo que com algumas ressalvas, como demonstram seus relatos:

Ana – Se eu gostasse de verdade, não estaria nem aí. Não que interferiria, nem olho muito para a aparência. Quando gosto de uma pessoa, gosto de verdade...

Greiciane – A química é que importa (risos). Tem que ser normal calça jeans, meu pai não aceita calçudo.

Stephany – Um pouquinho. Eu não namoraria um roqueiro, porque eles usam preto, alargador e eu não gosto.

Daniela – Acho que conta, porque eu não iria querer passar a minha vida com uma pessoa que se veste mal, uma pessoa que não se cuida. Para a pessoa estar bonita, ela não precisa estar na moda, precisa se cuidar, se gostar, não precisa estar na moda, precisa estar com uma aparência boa.

Para os estudantes “ficar” é essencialmente beijar, ato este que, por mais proibido que seja no interior da escola, é regularmente praticado por muitos jovens. Observei os casais, nos horários dos recreios, nos intervalos das aulas; e o local preferido para os encontros era atrás do ginásio de esportes. Mesmo sob o olhar atento das inspetoras, os alunos sempre arranjavam um jeitinho de burlar as regras. Mas, se os limites dos muros da escola eram demasiadamente coercitivos, os jovens se encontravam nas redondezas, depois da saída das aulas. Era comum ver garotos e garotas abraçados próximos dos muros da vizinhança e nos pontos de ônibus.

A prática do “ficar” não deixa de ser atravessada por processos de diferenciação entre os gêneros, principalmente no modo pelo qual garotos e garotas encaram as distinções e as preferências entre “namorar” e “ficar”. Sendo praticamente unânime entre as garotas a preferência por namorar, elas encaram o “ficar” como uma experimentação, conforme me confidenciou Greiciane: – Ficar é bom, porque vai que a gente começa a namorar e não rola química, o beijo não é bom, daí não dá!

O “ficar” traduz os envolvimento afetivos na pós-modernidade, compreende uma prática caracterizada pela instantaneidade, em seu traço efêmero e seriado, em intensidade volátil. O “ficar” assume a condição de performance, arma corporal, descarga rápida de emoções e de maturidade entre os estudantes.

3.8 Corpo querido

Na sociedade de espetáculo⁴⁹, a escola surge como mais um palco, pois viabiliza as marcas e as posturas corporais, tornando-se cada vez mais um espaço de referência para os estudantes. Outro elemento que compõe o espetáculo é o público. A escola é um local privilegiado para o jovem ser visto, apreciado ou criticado; apresenta um fenômeno peculiar, pois é onde os jovens, especialmente, procuram compor imagens de si mesmos.

⁴⁹ Termo cunhado por Guy Debord, em sua obra *A Sociedade do Espetáculo* (1967), na qual apresenta uma crítica à sociedade capitalista, considerando-a como uma sociedade do espetáculo, intimamente ligada ao processo de consumo. Na sociedade do espetáculo, a mercadoria é a razão última de todas as relações sociais, a racionalidade mercantil impregna o conjunto das relações sociais. O consumo e a imagem se tornam centro da sociedade do espetáculo. A mercadoria ocupa a totalidade da vida social, o espetáculo domina a sociedade moderna. O consumidor se torna o centro da nova sociedade e o valor de uso das mercadorias passa a ser comandado pelo valor de troca.

Nesse sentido, a escola tem funcionado tanto como palco por onde desfilam inúmeras imagens que compõem uma cultura altamente midiática e de consumo, como por onde desfilam corpos-espetáculo. O consumo é aqui entendido não apenas como relativo à obtenção de bens materiais, mas também, e principalmente, de significados e representações que promovem desejos e processos de identificação.

Na sociedade de consumidores, cada sujeito está engajado em práticas de empreendedorismo dedicadas a transformar a si próprio em uma mercadoria vendável, consumível. Os jovens procuram visibilidades para poder “ser”, conectados a seus celulares, sob o pretexto de uma “necessidade urgente” de intercâmbio de informações; ocorre uma disputa pela obtenção de reconhecimento e aprovação no jogo da sociabilidade virtual. Não importa o horário, se os estudantes estão chegando à escola ou é hora do recreio, se estão nos banheiros ou nos corredores durante os intervalos das aulas, a febre das *selfies*⁵⁰ faz com que eles saquem seus celulares, mesmo com a proibição do seu uso no ambiente escolar, e iniciem seus autorretratos sozinhos ou com os amigos. As garotas fazendo biquinhos e poses sensuais e os garotos caretas e poses engraçadas. Um verdadeiro culto ao eu explícito.

Ressalto que a aparência corporal diz respeito a todas as características da superfície do corpo, incluindo modos de vestir e de se enfeitar, visíveis pelo indivíduo e pelos outros, que são empregados como pistas para interpretar as ações e como um dos objetivos desta pesquisa pensar a identidade dos sujeitos. A postura determina como o corpo é mobilizado em relação às convenções do cotidiano. O corpo é elemento da reflexividade da modernidade: "Regimes corporais e a organização da sensualidade na alta modernidade se abrem à atenção reflexiva contínua, contra o pano de fundo da pluralidade de escolha." (GIDDENS, 2002, p. 98).

⁵⁰ *Selfie* é uma palavra em inglês, um neologismo com origem no termo *self-portrait*, que significa e é uma foto tirada e compartilhada na internet. Normalmente uma *selfie* é tirada pela própria pessoa que aparece na foto, com um celular que possui uma câmera incorporada, um *smartphone*, por exemplo. A particularidade de uma *selfie* é que ela é tirada com o objetivo de ser compartilhada nas redes sociais. Disponível em <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>>, acessado em: 31/07/2014.

O corpo é um espaço expressivo da cultura, que divulga os gestos e movimentos, formas que são esculpidas socialmente. É fonte de sentido das coisas no mundo, cria significações; é o lugar em que a existência assume certa situação e fornece o sentido para a atitude corporal. Como destaca Michel Maffesoli, “poder-se-ia dizer, em termos quase que a física natural e social, que o corpo engendra comunicação, porque está presente, ocupa espaço, é visto, favorece, é tátil. É, portanto, o horizonte da comunicação que serve de pano de fundo à exacerbação da aparência”. (1996, p. 315).

Os jovens pesquisados estão inseridos em tempos de exposições exacerbadas com o compartilhamento de suas fotos em redes sociais como Facebook, Instragram ou em aplicativos como WhatsApp. Eles cultuam o corpo e possuem uma preocupação especial em estar bonito e em forma, para reforçar laços de amizade já existentes.

A aparência ganha proporções de autopromoção. Interrogados quanto à preocupação com a aparência, os estudantes atribuíram notas para classificar o quanto se preocupam com a aparência. O valor mais baixo foi 9 e o mais alto 10, no entanto, foi unânime a opinião de que todos se preocupam com suas vestimentas, acessórios, como no relato de Ademir:

10! Porque é difícil uma pessoa que não tá nem aí com a aparência, sabe? Se tá assim tá bom e ponto. Acho que ela sempre tá preocupada, ela olha uma pessoa que é diferente dela e quer ser igual aquela pessoa, sempre vai ser assim, ter uma pessoa que ele se espelha para tentar ser igual. Uma preocupação de ser mais que os outros, sempre mais que os outros. Acho que isso não é certo. Pra se enturmar melhor no grupo.

Na construção dos avatares, assim como na observação cotidiana no interior da escola, os estudantes demonstram habilidades para constantemente reformular sua imagem, assim como o modo de estar e viver no mundo, descartando o que já não está em voga e se embrenhando na aquisição de novas possibilidades para o corpo, tão intensas quanto fugazes. A produção do próprio corpo, seguindo os padrões de beleza e juventude impostos pela mídia e pelo consumo, parece ser uma das possibilidades para se tornar um bem a ser consumido.

Os corpos estão circulando no mundo das visibilidades, saturado de imagens, e compõem a cultura de consumo altamente visual. De certa forma, levam esse mundo para dentro da escola. São corpos que experimentam, corpos que desfilam espetacularmente pelos espaços da escola, quando cantam e dançam para o público composto por seus pares. Eles descem até o chão, entoando os *funks*; despem-se de suas camisetas, mostrando os músculos juvenis durante as aulas de Educação Física; pintam os cabelos de azul royal⁵¹ e exibem seus óculos de sol em meio as densas brumas inverniais de Curitiba. Assim, o que está em voga na mídia do momento e na cultura do consumo parece ser indissociável dos corpos dos jovens na escola, que tentam a transformação de si próprios em algo vendável, consumível e, acima de tudo, desejável.

3.9 A construção dos avatares e as ideias dos estudantes

Durante o processo de elaboração dos avatares (Apêndice III), foram observados os seguintes elementos: a sua composição física (rosto, cabelos, corpo), as escolhas de vestimentas e indumentárias, as semelhanças e diferenças físicas/estéticas do avatar com o estudante. O resultado final dos avatares foi gravado por meio do Print screen e quadros individuais de comparação foram elaborados, para pontuar semelhanças e diferenças entre a percepção estética dos jovens pela pesquisadora e as escolhas dos estudantes na construção de seus avatares. Os avatares foram elaborados individualmente pelos estudantes na escola, que cedeu uma sala de aula para a realização das etapas da pesquisa. Levei o equipamento tecnológico empregado, assim como o CD com o jogo.

Durante a composição dos avatares, os jovens pesquisados encontraram dificuldades na transposição de suas próprias características físicas para os avatares. Surgiram dúvidas quanto à cor da pele, cor dos olhos, formato da boca e tipo de cabelo, entre outras características. Para atenuar essas dúvidas baseavam-se nas opções pré-estabelecidas do jogo. Primeiramente, seguiam as características físicas, cor da pele, peso, tamanho dos músculos, tamanho do busto (Figura 3), cor

⁵¹ Moda entre as garotas com orientação homossexual, os cabelos pintados de azul fazem referência ao filme “Azul é a cor mais quente”, cujo enredo trata de um drama homoafetivo.

e formato dos olhos, formato do nariz (Figura 4), cabelos, penteados, cores e acessórios, sobrancelhas, cores e formatos (Figura 5), etc., para passarem depois a compor as vestimentas (Figura 6), incluindo os sapatos (Figura 7), e finalmente as maquiagens (Figuras 8 e 9) e os acessórios (Figura 10). Não houve uma sequência estipulada e cada um dos jovens seguiu as etapas aleatoriamente. No entanto, todos construíram seus corpos virtuais para depois comporem seus figurinos.

Figura 3 - Tom da pele, peso, músculos, tamanho do busto.



Fonte: The Sims 3.

Figura 4 - Formato do rosto. Cor e formato dos olhos. Formato do nariz.



Fonte: The Sims 3.

Figura 5 - Cabelos, penteados, cores e acessórios. Sobrancelhas, cores e formatos.



Fonte: The Sims 3.

Figura 6 - Roupas casual, social, íntima, esportiva, praia.



Fonte: The Sims 3.

Figura 7 – Sapatos, sandálias, botas, tênis, *scarpins*, chinelos.



Fonte: The Sims

Figura 8 – Maquiagem, delineadores e sombras para os olhos.



Fonte: The Sims 3.

Figura 9 – Maquiagem, batom e *blush*.



Fonte: The Sims 3.

Figura 10 – Acessórios: óculos, pulseiras, anéis, bonés, colares, tatuagens.



Fonte: The Sims 3.

Nessa fase da pesquisa, percebi que os avatares são elaborados a partir de valores individuais e coletivos, construídos por grupos ou pelo próprio sujeito. Sob esse prisma, o capital social presente no ciberespaço (e fora dele) contribui na elaboração, nas formas de apresentação virtual. As relações sociais são estabelecidas por valores considerados e interpretados como capital social. Emprego nessa análise o conceito de Bourdieu (1983) que compreende o capital social como:

(...) agregado dos recursos atuais e potenciais os quais estão conectados com a posse de uma rede durável, de relações de conhecimento e reconhecimento mais ou menos institucionalizada, ou em outras palavras, à associação a um grupo - o qual provê cada um dos membros como suporte do capital coletivo (...). (p. 248 – 249).

Para o autor, o capital social é relacionado ao conteúdo das relações sociais de um determinado grupo. Dessa forma, entende-se capital social como todos os valores e as trocas existentes em uma sociedade. Nas relações há uma atribuição de valor observado por todos os outros integrantes da comunidade na qual o sujeito está envolvido, trazendo, assim, grande importância ao “pertencer” a determinados grupos, fator este determinante na vida dos jovens. O pertencimento e a aceitação social são elementos primordiais na vida dos estudantes, suas ações são pensadas para esse fim.

O corpo passa a ser portador do *habitus* uma vez que as disposições duradoras, que geram e estruturam práticas reguladas, moldam o corpo a partir das condições materiais e culturais, até torná-lo um corpo social, sendo a noção de *habitus* um articulador entre o individual e o coletivo. Observando o andar, os cumprimentos, os movimentos dos jovens, conclui-se que é a noção de *habitus* que origina formas tão diferenciadas de se expressar corporalmente, dentro das modulações configuradas por um grupo socialmente identificado. Apesar de estarem geograficamente tão próximos, as variadas nuances em seu desempenho corporal apontam para o fato de que cada um dos adolescentes são dotados de *habitus* inscritos em seus corpos por meio do processo de socialização.

O grupo de jovens que pratica esportes como voleibol, atletismo e futebol, ofertados pela escola em seu horário de contraturno, possui um *habitus* que orienta suas práticas corporais. Estas acabam por traduzir uma maneira de ser no mundo e englobam um modo de conduzir seus corpos, diferenciado de outros meninos como, por exemplo, o grupo do b-boys.

Para Bourdieu (2001, p.165), “é preciso um corpo para existir no mundo, para ser incluído no mundo, mas segundo um modo de inclusão irredutível à simples inclusão material e espacial”. Logo, esse corpo deve ser adequado, aperfeiçoado para ser aceito socialmente. O corpo é fundamental no processo de pertencimento social. A narrativa de Greiciane explicita a inquietação que os jovens sentem em relação aos seus corpos, “(...) tudo envolve a aparência, se a gente tá gorda, se a sobancelha tá feita, se a unha está bonita, a gente sempre tá preocupada, todo mundo cobra”.

O capital social individual foi observado na forma pela qual os estudantes construíram seus avatares, atribuindo características que acreditam que vão conferir-lhes créditos sociais perante os outros. “No espaço da mediação do computador as redes sociais são diferentes, mais complexas e menos custosas para os atores. Portanto, as formas de criar e compartilhar capital também o são” (RECUERO, 2012, p. 136). Para isso os estudantes atribuíram aos avatares peças de roupas, formatos corporais, modos de falar, de agir e físico semelhantes ao que desejam ser ou gostariam de ser na vida real, a fim de agregar um valor individual que será, posteriormente, repercutido diretamente na sociedade. Todos esses valores estão intimamente ligados à questão do reconhecimento, do *status* social do sujeito no mundo virtual.

Nas observações realizadas, apliquei o conceito de capital corporal de Bourdieu (2002), em que as propriedades corporais podem funcionar como capital para a obtenção de lucros sociais, para conceder à representação dominante do corpo um reconhecimento incondicional. Notei que, durante o processo de elaboração dos estudantes, o avatar não é exclusivamente uma representação de quem se é, mas é também uma representação de quem se deseja ser/parecer, permitindo melhorar ou transformar a aparência real. São mudanças sutis ou

perceptíveis, obtendo um cabelo mais claro, olhos azuis ou mais músculos em seus avatares.

Os tipos de capital social apresentados na elaboração dos avatares fazem parte do indivíduo que, com uma visão social e coletiva, busca inserir-se em um grupo e fazer parte desse. No entanto, o mesmo capital social coletivo também é percebido no emprego do The Sims.



NOME: DANIELA
IDADE: 14 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

A construção do avatar de Daniela (14 anos) foi especialmente enriquecedora. Ela é uma garota muito comunicativa, de aparência longilínea, cabelos castanhos um pouco abaixo dos ombros e aparentemente alisados. Vestia a calça do uniforme verde e um casaco *trench coat*. Realizou inúmeras tentativas na construção de seu avatar, trocando várias vezes as opções de cor e comprimento de seus cabelos, cor e formato de seus olhos, formato de rosto e dos lábios, e das roupas. Demonstrou ser bem exigente com sua aparência, questionando inúmeras

vezes sua semelhança com o avatar. E mesmo com todas as tentativas, não se sentiu satisfeita com o resultado ao término do processo. Sobre a interferência de sua religião (Testemunha de Jeová) em sua aparência, ela relatou:

Pode, hoje em dia pode tudo. A gente pinta o cabelo, a gente usa calças compridas, a gente pinta as unhas, a gente usa a maquiagem, então a gente... Eu acho o que separa você das outras pessoas, é a forma como você se veste, é a forma como você age.

Algumas características físicas que são admiradas pelos jovens foram adicionadas ao seu “eu virtual”. Eles procuraram construir seus avatares sempre com ênfase em atributos físicos apreciados tanto pela sociedade virtual como pela real. Todos os garotos acrescentaram músculos aos seus avatares, já as garotas modificaram o tamanho de seus bustos, e somente Natalia não representou seus cabelos como longos e lisos.



NOME: NATÁLIA
IDADE: 14 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

Os avatares foram construídos com muito cuidado, seguindo um padrão de beleza física, a fim de parecerem ser algo que, normalmente, não o são na realidade *off-line*, mas sim na “realidade virtual” (FRAGOSO, 2002). O exemplo mais ilustrativo dessa transformação permitida pelo mundo virtual foi a construção do avatar de Marcos (15 anos). Faz-se necessária uma breve descrição de sua “real” aparência: com aproximadamente 1,75 de altura, acima do peso, com olhos e cabelos castanhos escuros, usando óculos e aparelhos nos dentes, com um andar um pouco desengonçado e com problemas na fala. O jovem Marcos construiu seu avatar com padrões corporais mais valorizados pela sociedade: cabelos loiros com um corte moderno, olhos azuis, músculos torneados, roupas estilosas. Quando perguntei se aquela imagem podia representá-lo em uma rede social, Marcos prontamente me respondeu com certo entusiasmo: – Claro, que sim!



NOME: MARCOS
IDADE: 15 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

As tatuagens, a estética das unhas e das sobrancelhas, a maneira de andar e de se movimentar são esquemas de percepções e de disposições que se inscrevem em um sistema de estruturas nos corpos dos jovens, tornando-os sensíveis a certas manifestações simbólicas do poder e aptos a entrar no jogo social. Os símbolos são essenciais para toda a configuração de identidade, sejam eles alargadores, *piercing*, anéis, caveiras. Esses símbolos significam e comunicam algo sobre o sujeito que os usa, reafirmando constantemente sua inclusão em certos grupos sociais, culturais, religiosos, políticos ou, ainda, profissionais. Na construção dos Sims, os jovens sentiram falta da oferta de *piercings* e alargadores.

3.10 Nas tramas da moda

A moda é um dos fenômenos mais influentes da sociedade contemporânea, é uma estrutura social centrada sobre a temporalidade do presente. A presença de uma cultura voltada à aparência, à estética, ao físico, firma-se como uma das principais características do século XXI. Os jovens pesquisados estão inseridos nesse fenômeno social. O objetivo deste estudo é verificar a percepção da moda como manifestação da consciência histórica por meio da articulação narrativa dos estudantes, analisando a aplicação do conhecimento histórico à vida prática do indivíduo e empregando para este fim tanto narrativas verbais (entrevistas e grupos focais), quanto estéticas (avatars).

A representação da moda para os jovens pesquisados está relacionada ao estilo e diretamente ao vestir. A moda é associada ao bem-estar e ao sentir-se bonito, resultante da aceitação social e pelo sentimento de individualização, mesmo que seja no interior de um pequeno grupo de pertencimento. A autoestima, o processo de afirmação e a aceitação social dos jovens estão fundamentalmente relacionados à moda, à composição estética das roupas e acessórios. Paralelamente ao aspecto funcional, notei um forte componente simbólico em suas escolhas, acrescidas das funções estéticas que as roupas apresentam nos modos de compor a visibilidade pessoal, seja no mundo virtual ou no mundo real.

Concebo a moda como um fenômeno social, analisado sob o prisma do conceito de “ultra short history” de Rüsen, pois sua composição estética corresponde a uma abreviação narrativa. Ou seja, funciona como marcas de referência de uma orientação histórica em todas as situações e funções possíveis da comunicação linguística. Compreendo a narrativa como uma síntese de objetivos, causas e imprevistos, estabelecida em uma conexão temporal que, ao ser produzida, organiza os diversos acontecimentos, criando novos sentidos para os fatos aparentemente desconexos.

Com a finalidade de empregar a capacidade de abstração temporal dos estudantes e com a intenção de analisar a conexão estabelecida entre o passado, o presente e o futuro, no sentido de que ao mesmo tempo em que traduz o passado ao presente, é possível definir no próprio presente a expectativa de acontecimentos futuros, propus a atividade a seguir. Para isso, analisei a representação do tempo em si e a produção do sentido histórico nas narrativas. Todos esses elementos são concomitantes na vida prática, e pode-se dizer que são integrados aos esquemas conceituais que procuram explicá-los.

A atividade foi desenvolvida após a elaboração dos avatares, sendo sugerido aos estudantes projetarem uma situação no futuro. O objetivo era aliar a atribuição de sentido histórico à experiência como meio de orientação da vida prática dos estudantes mediante uma situação ficcional. Os estudantes deveriam responder oralmente a seguinte questão: “Se você encontrasse uma máquina do tempo, que o levasse a uma escola de jovens no futuro, daqui a 50 anos, em 2064, como seria a reação dos jovens do futuro a sua presença? Você acha que poderia se vestir como seu avatar?”. No quadro abaixo (Tabela 12), estão transcritas as ideias que os jovens têm sobre a reação no futuro às suas roupas,

Tabela 12 – Ideias dos jovens sobre a reação no futuro às roupas de seus avatares.

Gabriel	Acho que olhariam para mim e diriam que sou do passado, porque cada tempo tem seu estilo, e agora nosso estilo é meio skatista, meio pilaco. Acho que no futuro não será assim, para diferenciar um pouco.
Greiciane	Vai que no futuro mude tudo, as roupas, nossa imagine eu aparecer com essa (roupa do avatar) acho que ficou meio velha. Igual as gerações antigas, vai ver as roupas a gente tem preconceito, é antigo ninguém mais usa aquilo, já saiu da moda.
Jayson	Falariam que sou do passado, por causa do tipo de roupa. A roupa é velha. Os jovens seriam bem diferentes, seriam mais felizes. As roupas seriam bem

	diferentes.
Marcos	Me achariam estranho, porque as roupas sempre mudam. Daqui a 50 anos, os jovens se comportariam de maneira diferente, mas acho que jovem sempre é igual, continua se comportando sempre igual.
Natália	Acho que as pessoas perceberiam, porque acho que até lá as coisas podem ficar bem diferentes, roupas podem ficar mais coloridas, mais extravagantes, ou podem ficar mais sérias. E se as pessoas fossem falar comigo, as gírias podem mudar, acho que iriam pensar que eu não era jovem.
Ana	Boa pergunta! Acho que eu não sei responder. Porque hoje em dia já não tem jovem que agindo como jovem. Porque a cada ano é uma moda. Ano passado tinha uma coisa que todo mundo tinha, que todo mundo usava, ano passado era uma moda, e assim vai, a moda vai mudando, conforme o tempo vai passando. Acho que nessa escola do futuro iriam me achar cafona.
Stephany	Não. Acho que os jovens seriam de outra forma, diferentes de hoje em dia. Achariam que eu era muito estranha, do passado, ou maluca (risos)
Renato	Poderia usar essa roupa, só que ficaria estranho. Porque a roupa de lá já seria muito diferente de agora. O tecido da roupa, a forma de usar a roupa seria diferente.
Daniela	Achariam que eu sou do passado, porque a moda muda constantemente, a moda vive mudando.
Ademir	Eles olhariam e pensariam que eu sou do passado, porque até lá a moda vai mudar muito, as pessoas teriam usado roupas diferentes, as coisas mudam muito. Até lá muitas coisas mudam. Se alguém falasse comigo, as gírias seriam diferentes, saberiam que eu não sou daquele tempo.

Fonte: Dados organizados pela autora, com base nas entrevistas individuais.

Nas narrativas dos estudantes, verifiquei suas perspectivas de futuro e a relação temporal dessas perspectivas com o presente dos mesmos, bem como a frequência de alguns elementos presentes nas imagens de futuro descritas nas narrativas. Quanto às ideias básicas que permearam as imagens dos estudantes, estão os conceitos de mudança, transformações e a passagem do tempo.

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, recorro à apreciação de Agnes Heller, o qual explica que o homem é o único ser capaz de narrar sua história, pois possui abstração temporal, tem consciência histórica por ser capaz de projetar-se no tempo (para frente ou para trás, passado ou futuro), sendo o tempo (cronológico) uma criação humana (1993, p.15).

A consciência histórica pode ser definida como uma consciência que envolve a experiência (direta ou indireta) do passado em relação estrutural com a interpretação do presente e a expectativa do projeto futuro (RÜSEN, 2001a). Os estudantes pesquisados mobilizam suas experiências do passar do tempo para projetar as mudanças sociais no futuro. Heller aponta que possuir consciência da história é, sobretudo, ter consciência da mudança (1993).

Os estudantes destacam a moda como fenômeno sociocultural, integrada a um conjunto mais amplo de práticas culturais e caracterizada por incessantes mudanças; um elemento estético que diferencia uma época histórica de outra. Compreendem a moda atrelada às mudanças constantes: o que é moda hoje para eles não será no futuro. Ainda, não possuem a ideia de moda cíclica, ou seja, que tendências vão e voltam, muitas vezes, com novos nomes, como as calças boca de sino, hoje calças *flare*.

Nas narrativas, a moda surge como realidade tangível e institucional, apesar de sua diversidade, o que não elimina os traços comuns que definem a sua essência como a mudança constante, o gosto pelo novo, a busca da distinção e da identidade, bem como sua articulação entre o simbólico e o material.

Para os jovens a moda exerce um poder regulador e constrangedor dentro da sociedade, ao indicar que, no futuro, suas roupas seriam elementos que os classificariam como sendo cafona (Ana), meio velha (Greiciane), do passado (Gabriel), maluca (Stephany).

Os estudantes apontam a moda com suas principais características contemporâneas, constituindo um sistema institucionalizado de produção e sustentação de símbolos culturais, articulados às demandas de valores de consumo dos sujeitos e dos grupos sociais próprios de um determinado tempo. Os relatos a seguir, obtidos no grupo focal, apontam como o fenômeno Moda é percebido pelos jovens:

Daniela – A pessoa estar na moda é ela se vestir de acordo com as tendências que tem no momento. Acho que o importante é a pessoa ter uma aparência boa, a roupa tá limpa, importante a roupa não estar amarrotada, amassada. Você está aparentando bem, acho que esta questão da marca e moda...

Marcos – A maneira como as pessoas se vestem.

Renato – Estar na moda é você vestir aquela roupa que todo mundo está usando.

Apontam que os gostos mudam de tempos em tempos, e que a moda é possuidora de uma lógica social e de implicações sociais, culturais e psicológicas. A moda ocupa lugar central na sociedade, sendo vivenciada pelos sujeitos em busca

de identidade. No relato dos estudantes, a moda é concebida como inovadora e variável, relacionada à distinção, tanto quanto à construção de identidade, não apenas dos indivíduos, mas dos grupos sociais e geracionais.

As roupas, segundo os estudantes, são carregadas de significados de um determinado tempo; retiradas de seu tempo, perdem sua função de diferenciar ou identificar os sujeitos socialmente. Em seus relatos, os estudantes indicam que, ao serem transportados para o futuro, as roupas que indicam a sua juventude perdem seu propósito de elemento indicativo de pertencimento a determinado grupo geracional.

A presença e forte influência do cotidiano na construção das narrativas são indicativos das mediações do presente que influenciam as relações com o passado e o futuro, demonstrando por meio de causalidade e recorrendo ao passado para explicar experiência presente e projeções de futuro.

Esclareço que, como a moda não tem um conteúdo específico, nem tampouco está ligada a um objeto particular, constitui um dispositivo social definido pela temporalidade breve e por mudanças constantes. Embora esteja presente em vários segmentos da sociedade, é no vestuário que ela se manifesta mais claramente, elemento presente nas narrativas analisadas.

A única permanência citada por eles foi o ambiente escolar. Em suas projeções, não ocorreram indícios que a instituição escola no futuro seria diferente, sem alunos como uma escola virtual, nem questionamentos se a instituição escolar existiria de fato.

O experimento de relacionar a imagem como queria ser visto e a imagem que de fato foi percebida pelos colegas por meio de seus avatares, demonstrou que há uma complexidade tanto na leitura da imagem, quanto na composição dos avatares. Por exemplo, Ademir, que definiu seu estilo como esportista, não transmitiu essa ideia com as roupas escolhidas para compor seu avatar, pois elas necessariamente não traduziam essa característica de sua vida. Ele foi classificado como playboyzinho, gato, normal. Enquanto que Ana, definida como skatista, conseguiu que dois de seus colegas a percebessem com esse estilo.



NOME: ADEMIR

14 ANOS

Avatar elaborado por estudante para esta pesquisa, empregando o jogo The Sims 3 – 2013.

Na escolha de seus próprios estilos, os jovens optaram por adjetivos os quais as roupas não conseguiram representar, como no caso de Renato que se definiu como romântico e Greiciane que escolheu tagarela. Nestes casos indicados, confundiram estilo de se vestir com características de suas personalidades. Na análise dos avatares dos colegas, os valores estéticos predominantes receberam valoração, como o avatar de Stephany. Representada loira, magra, com cabelos longos e lisos, ela fez sucesso entre os garotos e recebeu elogios, sendo a que mais se destacou positivamente. O avatar masculino mais apreciado pelas garotas foi o de Gabriel.

Para compreender como os estudantes interpretavam as mensagens dos avatares de seus colegas, sugeri que eles analisassem as imagens elaboradas e

atribuísem uma palavra que identificasse o estilo dos avatares. Em seguida, elaborei a Tabela 13, relacionando o estilo que os estudantes se autodefiniam com a ideia percebida por seus colegas.

Na escolha dos adjetivos dos seus próprios avatares, os estudantes preferiram colocar qualidades a associações com seus estilos, relações com o grupo de pertencimento, como na escolha de Ademir como esportista e de Ana e Gabriel como *skatistas*. Suas falas, as escolhas das roupas e as percepções de mundo discutidas foram sempre relacionadas e recorrentemente justificadas pelo esporte e pelo *skate*.

Saliento que nenhum garoto atribuiu a outro colega um adjetivo positivo, referindo-se à valoração estética. Eles não utilizaram qualidades como bonito, feio, conforme fizeram com os avatares das meninas. Enquanto que as garotas foram mais ousadas nas atribuições que davam aos avatares de seus colegas. Ao atribuir características como metida, velha, vileiro aos avatares, realizaram leituras mais elaboradas desses, enquanto que os garotos preferiram usar o termo “normal” para não se comprometerem em seus julgamentos.

A moda resulta cada vez mais da expressão da busca pela identidade individual, do ser diferente. Receber o adjetivo “normal”, assim como “sem graça” para os jovens é o mesmo que ser, como definiu Stephany, “– Invisível, não chamou atenção, não se destacou na multidão!”.

O avatar de Natália provocou opiniões pejorativas e recebeu denominação de velha e CDF⁵². A jovem preferiu compor seu avatar com cabelos acima do ombro, somando como acessórios óculos de grau, elemento que, segundo os colegas, não a valorizou.

A composição do avatar de Greiciane também causou polêmicas. Elaborado com um vestido curto, sandálias de salto e mechas nas pontas dos cabelos, suscitou divergências em seu estilo e foi definida como perigete, funkeira. Devo ressaltar que tais adjetivos foram verbalizados com um tom negativo. Os julgamentos foram realizados a partir, somente, da composição estética de seu avatar, visto que seus

⁵² Designação pejorativa para pessoas muito estudiosas.

colegas não sabiam a quem pertencia o avatar. O avatar de Daniela também foi vítima de julgamentos de caráter, sendo taxada de metida e patricinha. O esportista Ademir foi criticado por parecer um playboyzinho.

Assinalo a distância entre a mensagem pretendida pelos jovens, ao elaborar seus avatares, e a mensagem recebida por seus colegas. Diferentemente da cultura escrita, o vestuário pode expressar tensões, pois é uma cultura não verbal. Os sujeitos que não querem receber uma mensagem podem se recusar a vê-la. Enquanto que “aqueles que mandam mensagens subversivas por meio da cultura não verbal podem negar suas intenções subversivas ou, em alguns casos, podem não estar inteiramente conscientes delas” (CRANE, 2006, p. 265). As roupas enviam mensagens e seus receptores podem ler de diversas maneiras, inclusive de forma discriminatória ou preconceituosa, como demonstram algumas atribuições dos jovens aos avatares dos colegas.

Tabela 13 – Estilo que os estudantes se autodefinem com a mensagem percebida por seus colegas

Opinião de / Sobre	Ana	Natália	Greiciane	Marcos	Daniela	Stephany	Ademir	Jayson	Renato	Gabriel
Ana	Skatista	Sem graça	Normal	Esportista	Normal	Esportista	Feia	Skatista	Bonita	Skatista
Natália	Velha	Extrovertida	Velha	Normal	Estilosa	CDF	Normal	CDF	Feia	CDF
Greiciane	Perigete	Perigete	Tagarela	Funkeira	Funkeira	Perigete	Bonita	Gata	Perigete	Funkeira
Marcos	Pilaco	Pilaco	Gato	Amigável	Estiloso	Vileiro	Normal	Boleiro	Pilaco	Pilaco
Daniela	Normal	Bonita	Velha	Metida	Charmosa	Metida	Patricinha	Bonita	Bonita	Gata
Stephany	Normal	Metida	Patricinha	Bonita	Normal	Esportista	Bonita	Gata	Linda	Bonita

Ademir	Bonito	Playboyzinho	Gato	Lindo	Gato	Playboyzinho	Esportista	Normal	Normal	Normal
Jayson	Roqueiro	Normal	Bonito	Roqueiro	Normal	Skatista	Normal	Normal	Normal	Normal
Renato	Pilaco	Feio	Sem graça	Normal	Normal	Normal	Esportista	Normal	Romântico	Normal
Gabriel	Skatista	Gato	Gato	Pilaco	Estiloso	Normal	Normal	Pilaco	Normal	Skatista

Fonte: Dados organizados pela

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenrolar desta pesquisa, principalmente durante a etapa de campo, incorporei a ideia da figura do *flâneur*⁵³ elaborada por Baudelaire, que descrevo em linhas gerais. É tido como um observador da vida urbana da sociedade francesa de meados do século XIX, cenário de mudanças frenéticas, que levaram o referido autor a questionar se as ideias estéticas tradicionais eram – ou não – adequadas ao dinamismo da nova sociedade. Na tarefa de observar os sujeitos dessa pesquisa em um ambiente familiar, inspirei-me na lógica de Baudelaire sobre a atividade do *flâneur*, pois para se embeber da realidade de um determinado espaço, nada como a *flânerie*. Contemplar, refletir e imaginar: essa seria minha livre síntese da lógica de Baudelaire. Durante o tempo da pesquisa de campo, ouvi, observei, conversei, imaginei o universo juvenil em um contexto muito diferente daquele que foi o da minha juventude, nos idos de 1990.

Dentre os diferenciais que percebi no cotidiano escolar, encontram-se as cobranças estéticas que os jovens vivenciam, a inserção das tecnologias, celulares, *tablets*, empregados como acessórios, características da pós-modernidade e da cibercultura, a sedução do novo e a exacerbação do tempo presente.

As narrativas analisadas nos instrumentos desta pesquisa confirmam a intrínseca relação entre a moda, a cibercultura e a identidade dos jovens. Estas reflexões permitem novas abordagens sobre problemas teóricos e concretos de pesquisa em educação. A relação com a moda, com aquilo que é da ordem das aparências, torna-se mais acentuadamente um campo privilegiado para as negociações dos indivíduos no que concerne à construção de sua identidade e, por decorrência, ao estudo da construção da consciência histórica.

As análises desta pesquisa tiveram como eixo norteador o emprego da moda como um fenômeno social, analisado sob o conceito de “ultra short history” de Rösen, pois sua composição estética corresponde a uma abreviação narrativa. Ou

⁵³ O *Flâneur*, adjetivo derivado do verbo francês *flâner*, significa, em uma tradução livre, passear; passear no sentido de passar o tempo, vagar. Embora tenha sido um conceito também trabalhado por Walter Benjamin, foi Baudelaire quem primeiro cunhou essa definição e tratou sobre o assunto. E é de acordo com sua perspectiva que o utilizo aqui.

seja, funciona como marcas de referência de uma orientação histórica em todas as situações e funções possíveis da comunicação linguística. Após a elaboração dos avatares pelos estudantes, percebi que a moda pode ser considerada como uma narrativa abreviada, assim como no exemplo de símbolos que funcionam como referência de uma orientação temporal.

A relação dos jovens com a moda oscila entre um conformismo e uma experimentação que não chega a romper com todos os códigos sociais. Há uma rede de modismos da qual os grupos juvenis fazem parte e que não necessariamente são aqueles elementos de mercado. Existe uma discrepância entre os padrões dos jovens e os ditados pelo mercado da moda. Os elementos da cultura da periferia possuem construções simbólicas e valores identitários únicos; seus códigos exigem uma inserção no ambiente e capital social para percebê-los. Discorrer sobre uma moda “única” é equivocado, pois, em um mundo onde as mudanças são rápidas, o culto ao novo gera desejos breves, as modas são várias e conjecturam objetivos diversos.

Ao compor seus *looks*, os jovens mobilizaram suas consciências históricas, retornaram ao passado, elaborando narrativas fundadas nas roupas como uma síntese de objetivos, causas e imprevistos, estabelecida em uma conexão temporal, que, ao ser produzida, organiza os diversos acontecimentos, criando novos sentidos para os fatos aparentemente desconexos. Ressalto que, após a construção dos avatares e sua classificação pelos colegas, percebi que há uma sutileza nos detalhes, que exigem um capital social para conseguir enxergá-los e que exclusivamente os possuidores desse capital percebem as sutis características que diferem o uso do moletom por uma *skatista* de uma garota do *rap*.

Recorro, mais uma vez, à análise de Bourdieu o qual aponta que, nas relações sociais objetivas, mesmo que os agentes no campo não percebam, são as estruturas sociais que determinam as ações individuais e as preferências das pessoas, mas sem que estas precisem estar de acordo com elas. É a categoria de *habitus* que nos permite acreditar que escolhemos o que de fato nos foi imposto. A liberdade de escolha individual não existe, pois a escolha é um reflexo direto e

objetivo de afiliação de classe; o gosto autônomo é tudo menos autônomo. (SVENDSEN, 2010, p. 57-58).

A sociedade pós-moderna foi marcada por grandes transformações, e o impacto destas atingem todo cotidiano dos sujeitos, modificando suas escolhas, suas formas de viver e sua cultura. A cibercultura permite processos de aceleração e de misturas de experiências, pois, ao mesmo tempo em que referenciais identitários locais e fixos persistem, outras identidades se destacam globais, flexíveis e móveis, provocando certa instabilidade e reações. Novos cenários de diversidade das experiências, sejam elas temporais, afetivas, intelectuais, apontam para um processo de remodelação das identidades hegemônicas, arbitrárias e tradicionais, que deixam de se apresentar como referenciais ou como elementos formadores. No entanto, mesmo com toda a abrangência da cibercultura e a possibilidade de contato com o diferente, os jovens pesquisados, em suas narrativas, apresentam posições sexistas, discriminatórias e preconceituosas.

O estigma ligado a padrões de masculinidade, que recai sobre os garotos, é evidenciado no desconforto em encontrar adjetivos para outros meninos ao longo dos processos de análise dos avatares dos colegas. Durante as etapas da pesquisa, as visões tradicionais sobre o comportamento masculino e feminino vieram à tona. Os discursos dos estudantes estabelecem e reafirmam as diferenças de gênero. Até mesmo quando a postura parece recusar essas diferenças, os jovens ampliam o significado das diferenças de gênero. O discurso sexista de meninas e de meninos é primeiramente silencioso, não dito, percebido na recusa em responder as questões propostas ou na vaguidão das respostas, comedidos e econômicos, sendo enfático nos termos, nas piadas e nas classificações.

As representações do feminino, tanto nos avatares quanto nas narrativas, absorvem a estética como fator primordial no relato das garotas. O imaginário relativo à identidade masculina, no entanto, tem se ampliado cada vez mais, criando possibilidades para que os homens gradativamente, ao relativizarem seus próprios tipos ideais de masculinidade, demonstram uma preocupação cada vez maior com a aparência. Fato este percebido nas narrativas dos estudantes envolvidos na pesquisa e nos jovens observados na escola.

A ordem social determina a ordem do corpo, tanto na realidade quanto no mundo virtual, tornando-o, ao mesmo tempo, lugar de investimento e princípio de eficácia do efeito da dominação simbólica sobre ele. A escolha da elaboração dos avatares, por meio do jogo *The Sims*, permitiu análises de um local virtual onde a aplicação e a reprodução presentes das formas de dominação (social, física e simbólica), além de ser um lócus de manifestação de pertencimento social, é, conseqüentemente, um exercício da violência simbólica, de preconceitos e de aceitação.

As modificações corporais nos avatares consistem em uma radicalização do real: quando a ordem simbólica não produz mais a ordem social, o simbólico é reduzido ao real, ele é incorporado, encarnado. A passagem do simbólico acontece pelo corpo e no corpo, tanto no mundo real, quanto no virtual. A modificação corporal promete uma produção concebida do simbólico que dispensa o outro e o espaço público. As modificações nos corpos dos avatares respondem a um *déficit* identitário, uma tentativa de aprovação de si em uma nova identidade. A aparência do corpo é essencial para a identidade pessoal tanto no mundo virtual, quanto no real, demonstrada na preocupação feminina com os cabelos longos, a magreza, o tamanho dos seios, e na preocupação masculina com a altura, o tamanho dos músculos, a força física.

Durante todo processo de pesquisa, estive em contato com uma demarcação sutil que visa e preserva a diferença, não nos grandes recortes, mas nos detalhes. Os jovens são guiados por referenciais de uma ordem estética, com massiva significância de condutas e normas sociais, que expressam o “ser homem” e o “ser mulher”, “ser pilaco”, “ser skatista”. Essas diferenciações e aproximações são evidenciadas nas escolhas e nas narrativas de garotos e garotas, tendo como ponto de referência a composição corporal.

Assim como a moda, as tecnologias servem como um laboratório para uma experimentação dos jovens com suas relações sociais, com as regras, com os códigos, as identificações e as formas de adesão aos grupos juvenis por meio das redes sociais e dos jogos *on-line*. O mundo virtual e todos os seus desdobramentos

apresentam possibilidades de pesquisa que podem ser relacionadas à educação, aos processos cognitivos, à construção do conhecimento histórico.

Finalizo, lembrando minha ex-aluna Camila, aquela que mencionei nas primeiras páginas deste texto. Considero-a uma figura emblemática da pós-modernidade, conectada e integrada à cibercultura. Suas tatuagens, seus alargadores e roupas são as marcas visíveis da composição de uma identidade experimentada, vivida e volátil. Na fantasia de ser, neste momento, uma pin-up moderna, o arsenal que compõe a personagem e Camila é a moda. A partir das palavras de Efrat Tseëlon, lembradas por Bauman (2001, p. 98), compreende-se por que a moda é tão adequada na pós-modernidade:

(...) exatamente a coisa certa, nem mais fraca nem mais forte que as fantasias. A moda oferece "meios de explorar os limites sem compromisso com a ação, e ... sem sofrer as consequências". "Nos contos de fadas lembra Tseëlon, "as roupas de sonho são a chave da verdadeira identidade da princesa, como a fada-madrinha sabe perfeitamente ao vestir Cinderela para o baile".

Evidentes na elaboração dos avatares, as identidades são modificadas, fantasiadas, a qualquer momento. A identidade real pode ser completamente diferente da identidade virtual, ou a identidade real pode ser aprimorada pela identidade virtual. As tecnologias, os ambientes virtuais são cruciais na condição de um projeto em que a imaginação extrapola os espaços tradicionais da realidade, das artes, dos mitos e dos rituais, permitindo uma alteração nos modos preexistentes de comunicação, de conduta e de sociabilidade. Novas cartografias se definem na configuração das identidades e novos objetos de pesquisa em educação surgem com a finalidade de compreender e criar melhores condições de ensino e aprendizagem.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Elizabeth Bianconcini de. **Gestão de tecnologias, mídias e recursos na escola: o compartilhar de significados**. Em Aberto, v. 22, 2009.

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de & EUGÊNIO, Fernanda (Orgs.). **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

ALVES-MAZOTTI, A. J. **Relevância e aplicabilidade da pesquisa em educação**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, n. 113, p. 39-50, 2001. Disponível em www.scielo.br.

ARRUDA, Eucídio Pimenta. **Aprendizagens e Jogos Digitais**. Campinas, São Paulo: Editora Alínea, 2011.

BARTHES, Roland. **Inéditos – Volume 3 – Imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

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

_____. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BOURDIEU, Pierre. PASSERON, J.C. **A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

_____. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero Limitada, 1983.

_____. **O Poder Simbólico**. 2^o. Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

_____. **Meditações pascalinas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. **A dominação masculina. Poder Simbólico**. 2^o. Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007.

CERRI, Luis Fernando. **Os conceitos de consciência histórica e os desafios da didática da história**. In: Revista História Regional, Curitiba, v. 6, p. 93-112, 2001.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**, vol. 3. São Paulo: Paz e terra, 1999.

CHARLOT, B. A pesquisa educacional entre conhecimentos, políticas e práticas: especificidades e desafios de uma área de saber. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, v. 11, nº. 31, p. 7-18, 2006. Disponível em: <www.scielo.br>. Acesso em: 05/05/2013.

CRANE, Diana. **As roupas e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOSSE, François. **História do Estruturalismo I - O Campo do Signo**. São Paulo: Ensaio, 1993.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2010.

FERREIRA, Carlos Augusto Lima. **A importância das novas tecnologias no ensino de História**. In: *Universa*, Brasília, nº 1, p. 125-137, fevereiro de 1999.

FRAGOSO, Suely. **Espaço, Ciberespaço, Hiperespaço**. Trabalho apresentado no GT Sociedade Tecnológica, no COMPÓS-00, Porto Alegre/RS. 2002. Em <http://www.comunica.unisinos.br/tics/textos/2000/2000_sf.pdf>. Acesso em 3/06/2013.

FRAGOSO, Suely (org.). **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

KANT, Immanuel. **Antropologia de um ponto de vista pragmático de Immanuel Kant**, tradução Clélia Aparecida Martins. São Paulo: Iluminus, 2006 p. 142-143. [Publicado originalmente em 1770].

KRÜGER, Fernando Luiz, CRUZ, Dulce Márcia. **Os Jogos Eletrônicos de Simulação e a Criança**. *Revista Fronteiras Estudos Midiáticos*, São Leopoldo-RS, v. IV, nº. 1, p. 65-80, 2002.

HAGUETTE, T.M.F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1987.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós- modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAMMERSLEY, M. **Reading Ethnographic Research: A Critical Guide**. London: Longman, 1990.

HELLER, A. **Uma teoria da história**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1993.

HINE, C. **Virtual Ethnography**. Londres: Sage Publications, 2000.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Ed. 34, 1999. 264 p.

_____. **As Tecnologias da Inteligência – o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 2011.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.

LUGLI, R. S. G.. **A construção social do indivíduo**. Educação. São Paulo, Segmento, 2007, p.26-35. (Especial: Biblioteca do Professor, Bourdieu Pensa a Educação).

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

Manual – **The Sims**. Disponível em: <http://www.thesims.com/pt_BR/>. Acesso em: 25/05/2014.

MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de moda – A relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MCLAREN, Peter. **A vida nas escolas: uma introdução à pedagogia crítica nos fundamentos da educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MELLO, Frederico Pernambucano de. **Estrelas de couro: a estética do cangaço**. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

MORGAN, D. 1997. **Focus Groups as Qualitative Research**. Londres, Sage, 80 p.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no século XX – Volume 1 – Neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 8ª ed., 1990, 202 p.

LUNT, P. e LIVINGSTONE, S. **Rethinking the Focus Group in Media and Communication Research**. Journal of Communication, 1996, p. 79-98.

PAIS, José Machado. **Culturas juvenis**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda. 1993.

PRENSKY, M. **Digital Natives Digital Immigrants**. In: PRENSKY, Marc. On the Horizon. NCB University Press, Vol. 9, nº. 5, October, 2001. Disponível em <<http://www.marcprensky.com/writing/>>. Acesso em: 05/05/2013.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **Notas sobre moda, juventude e paradigmas teóricos**, in: Revista Ciência e Cultura, vol.62, nº.2, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S000967252010000200013&script=sci_arttext>. Acesso em: 05/05/2013.

RÜSEN, Jörn. **Razão histórica. Teoria da história: os fundamentos da ciência histórica**. Brasília: Ed. UNB, 2001a, 194 p.

_____. **História Viva: Formas e funções do conhecimento histórico.** (Trad. Estevão de Rezende Martins). Brasília: Ed. UNB. 2007.

_____. **What is Historical Consciousness? – A Theoretical Approach to Empirical Evidence.** Paper apresentado no evento Canadian Historical Consciousness in an International Context: Theoretical Frameworks, University of British Columbia, Vancouver, 2001b. Disponível: <<http://www.cshc.ubc.ca/pwias/viewabstract.php?8>>. Acesso em 16/02/ 2010.

_____. **Qué es la cultura histórica? Reflexiones sobre una nueva manera de abordar la história.** Cultura histórica. [Versión castellana del texto original alemán em K. Füssmann, H.T. Grütter y J. Rösen, eds. (1994). **Historische Faszination. Geschichtskultur heute.** Keulen, Weimar y Wenen: Böhlau, pp. 3-26].

SIMMEL, G. **On Fashion.** In: On Individuality and Social Forms. Chicago: University of Chicago Press, 1971, p.294-323 [publicado originalmente em 1904].

SMITH, Adam (1759). **Biografia Crítica por Dugald Stewart. Teoria dos Sentimentos Morais.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SPOSITO, Marília Pontes. **Juventude, Pesquisa e Educação.** In: Revista Brasileira de Educação. São Paulo: ANPED, 1997, nº 5/6, p. 37-52.

SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia.** São Paulo: Zahar, 2010.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede – Comunicação Mediada pelo computador e redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2012. 238p. Coleção Cibercultura.

ROCHA, Ubiratan. **Reconstruindo a História a partir do imaginário do aluno.** In: NIKITIUK, S. L. (org.) Repensando o ensino de História. São Paulo, Cortez, 1996, p.52.

TURKLE, Sherry. **A Vida no Ecrã: a identidade na era da internet.** Lisboa: Relógio D'Água. Editores, 1997.

VEBLEN, T. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições.** Trad. Olívia Krähenbühl. São Paulo: Ática, 1974. (Os pensadores).

APÊNDICE I – Roteiro de Campo

1ª parte – Observação/ Diário de campo

2ª parte – Grupo focal

Questões que orientaram o grupo focal.

- 1- Você é a favor ao uso do uniforme em sua escola?
- 2- Você acha que o uso de boné em sala de aula influencia na aprendizagem?
- 3- Quem inspira o seu vestir artistas/ cantor/ atores/ pessoas do seu convívio?
- 4- A que grupo/tribo você pertence?
- 5- Qual é seu estilo?
- 6- Quais são as marcas de roupas/ tênis/ sapatos de sua preferência?
- 7- Quais cores em suas roupas identificam mais sua personalidade? Por quê?
- 8- Seus amigos vestem-se parecidos com você?
- 9- Você consegue identificar o grupo que a pessoa pertence observando suas roupas e acessórios?
- 10- Você considera que as roupas podem conter mensagens sobre a pessoa, quem ela é, a qual grupo pertence?
- 11- Você utiliza acessórios para compor seu visual?
- 12- O que é estar na moda?

Grupo Focal

Elaine – Para começar peço que vocês digam seus nomes e idades. E como estamos na escola, quais são suas opiniões sobre o uniforme escolar?

Ana – 15 anos – Pelo que a escola faz, acho que sim. Acho que é bom. Mas eu não uso, porque é meu último ano aqui, não adianta eu usar o uniforme. Seria alguma coisa que não adiantaria...

Ademir – 14 anos – Acho que se tem uma norma escolar, tem que usar, mas se não obrigatório pode vir sem. Eu uso de vez em quando. Ainda mais quando saio da escola, vou direto para o meu treino que é lá no centro, daí não venho com o uniforme da escola.

Elaine – O que você treina?

Ademir – Treino vôlei no Círculo Militar.

Elaine – Continuando e o uniforme? Vocês são à favor de seu uso aqui na escola?

Stephany – 14 anos - Mais ou menos. Mais contra. Não uso, porque é o último ano, daí não vou usar. Não gosto muito do uniforme do colégio, não é a cor do meu time.

Gabriel – 14 anos – Bom, na verdade, tem algumas escolas que até sou a favor, que são até bonitinhos. Aqui da escola eu não gosto da cor do uniforme.

Renato – 14 anos – Eu sou à favor, só que não totalmente, porque tem gente que não gosta de usar.

Daniela – 14 anos – Sou à favor, porque é uma questão de segurança dos jovens, né? Até minha professora estava contando que uma vez duas meninas estavam na rua e uma pessoa estava passando e queria enfiá-las dentro do carro, outro homem viu e como elas estavam com o uniforme da escola. Viu que elas eram menores de idade, estavam sendo atacadas, correu e ajudou. Então, eu acho que uniforme é questão de proteção pra todo mundo.

Jayson – 14 anos - Sou contra uniforme, não gosto de usar, principalmente que já estou saindo da escola, não vou comprar, agora.

Marcos – 15 anos - Sou a favor porque traz mais segurança para o aluno, por exemplo em um eventual acidente que pode acontecer com ele na rua, quem ver vai saber que é de tal escola.

Natália – 14 anos - Sou a favor, porque tem pessoas, elas usam uniforme por não ter condições de usar outra roupa. Eu já vi pessoas humilhando outras pessoas por causa disso.

Elaine – Humilhando?

Natália – Sim, tem aluno que não tem dinheiro para comprar roupas de marca, daí só usa o uniforme. Fica igual a todo mundo.

Greiciane – 14 anos - Sim, até certo ponto... Tem muita menina que vem muito à mostra. Eu, ó, só tô com a calça, mas tem muita menina que vem com regata quer se mostrar demais. Eu sou à favor do uso do uniforme.

Greiciane – É que fica muito feio para a escola, tem muita menina que já veio de shorts. A escola já teve os dias de vir de uniforme, um dia ela pegou um monte de gente pra ver quem estava de uniforme. Eu não estava, tive de voltar embora, mas não estava com decote porque eu não gosto.

Elaine – Você acha que isso atrapalha a aprendizagem?

Greiciane – Daí eu não sei, por que...

Elaine – Você acha que tira a concentração das pessoas? Como o boné?

Greiciane – O boné acho que não. Acho que não incomoda, só se a pessoa ficar brincando com o boné.

Elaine – Por que o uso do boné na escola é proibido?

Ademir – Eu nunca usei, então não sei dizer. Mas se atrapalha ou não. Tá na cabeça, tá quieto, não tô mexendo.

Ana – Acho que não atrapalha. Acho isso aí que o povo que inventa de mais. Acho que boné, touca, nada a ver.

Daniela – Acho que atrapalha, sim, porque fica na frente atrapalha. Acho que a pessoa tenta se esconder com o boné.

Renato – Não atrapalha, não. Eu não uso boné, não gosto. Mas não interfere em nada.

Elaine – Vocês falaram sobre as roupas das meninas na escola, roupas das curtas, decotadas?

Ana – Acho que não interfere nos estudos. Acho que sei lá, não sei dizer no que interfere. Acho que chama a atenção da piçada, as outras meninas do colégio vão querer fazer igual. Não é um bom exemplo.

Ademir – Atrapalha sim, porque todo mundo fica reparando. Na verdade, tem que ter consciência que tá aula para estudar e não para ficar olhando.

Daniela – Claro que atrapalha, elas recebem muito assédio. As meninas falam que não gostam disso e aquilo, mas eu acho que quando a pessoa está usando esse tipo de roupa ela quer ser assediada. Uma hora ou outra isso vai acabar acontecendo.

Renato – Interfere, não só a gente, mas o professor também. O professor, eu não sei, mas parece uma afronta da sociedade. É que a menina fica se exibindo. É a maioria dos meninos fica olhando. Depende da pessoa tira a concentração.

Elaine – Vocês se inspiram em alguém para se vestir, uma amiga, uma atriz, uma cantora...

Ademir – Na verdade não tem uma pessoa só, eu olho na rua, como saio bastante, vou para o centro, eu olho as pessoas como elas se vestem, acho legal outro também. Olho na rua as pessoas como se vestem, se é legal e eu gosto.

Daniela – Não tenho uma pessoa específica assim... A minha mãe sempre me ensinou a me vestir bem. Tá com roupa limpa, tá roupa comprida, roupa modesta. Mas, não tem uma pessoa assim que eu gostaria...

Elaine – Você olha na internet?

Daniela – Olho... tem uma maquiadora que eu gosto muito, o nome dela é Camila Coelho, ela se veste muito bem.

Elaine – E você copia os makes dela?

Daniela – Às vezes eu tento, mas não consigo (risos)

Marcos – Não, tenho ninguém, não.

Renato – Não, eu me visto do jeito que eu prefiro, que eu gosto, não me visto igual a alguém.

Natália – Eu adoro a Demi Lovato, acho as roupas dela maravilhosas.

Greiciane – Vejo as pessoas. Não tenho em quem me inspirar. Eu me visto, se tá bom ou não tá, eu que tô gostando. As pessoas que eu conheço, eu vejo assim.

Elaine – Tem alguém que você gostaria de ter o guarda-roupa?

Greiciane – Tem, muitas meninas do meu Facebook que estudavam aqui o ano passado.

Elaine – Que tipo de roupas que elas usam que você acha legal?

Greiciane – Umas blusinhas que elas usam, muito bonitas.

Elaine – Vocês pertencem a alguma tribo ou grupo? Algum estilo?

Jayson – Gosto de estar bem arrumado sempre para causar uma boa impressão.

Stephany – Sou funkeira.

Elaine – E aqui na escola tem outras funkeiras?

Stephany – tem.

Elaine – A gente consegue identificar pela roupa?

Stephany – Consegue, as meninas que usam roupa curta. Tem menina no colégio que vem dá para identificar.

Elaine – Mesmo tendo uniforme?

Stephany – Sim.

Elaine – Mas a escola não cobra uniforme?

Stephany – Cobra, mas a gente dá um jeito de não vir.

Elaine – Você consegue identificar a tribo que a pessoa pertence pela roupa?

Stephany – não... Mais ou menos.

Elaine- Retornando. E o estilo de se vestir?

Gabriel – Eu me visto como um skatista, mas tem agora uma nova moda que todo mundo chama de modinhas aqui em Curitiba. Esses modinhas são bem gente boa, eu ando com eles lá em São José dos Pinhais, no shopping, e são bem gente boa. Eu tô pegando esse estilo também, fazendo meio que uma mistura.

Elaine – E como é que esses modinhas se vestem?

Gabriel – Eles usam, uma calça meio que igual a minha, mas sem bolso, mais larga, não muito colada, mas bege. Sempre calça bege, e um tênis sempre de marca, uma camisa da Obem, esses são os modinhas.

Elaine – Se eu for no shopping e ver os meninos usando calça bege, saberei que são modinha...

Gabriel – Calça bege, camisa maior que o moletom...

Ana – Não tenho estilo. Mas eu ando de skate

Elaine – Você é skatista?

Ana – É.

Elaine – e aqui na escola tem skatistas?

Ana – na verdade todo mundo que anda de skate comigo, estuda aqui.

Elaine – Onde vocês andam?

Ana – Na pista do Miracy⁵⁴, no Parigot⁵⁵...

Elaine – E você como skatista tem um visual diferenciado?

Ana – Puxa mais para o lado esportista, meu estilo puxa mais para o esporte.

Elaine – E o resto do grupo pertence a um grupo ou tribo? Possui algum estilo para se vestir?

Gabriel – Eu ando de skate, sou skatista. Meu estilo é calça meio colada, skatista que todo mundo fala, moletom, sempre tem que ter uma coisa de marca.

Daniela – Sei lá, eu tento me vestir de uma forma que fique bonita e não fique escandalosa. Mais comportada, mas eu também gosto de moda assim. Eu gosto de estar pegando as tendências, mas nada de escandaloso. Algo que fique bonito, mas de acordo com minha personalidade.

Ademir – Esportista, gosto de agasalhos, aqueles conjuntos que os esportistas usam, eu gosto de usar.

⁵⁴ Nome de uma escola do bairro.

⁵⁵ Nome de um bairro próximo.

Greiciane – Me visto normal. Não tenho um estilo uso qualquer coisa que seja bonito. Não vou usar coisa rasgada.

Natália – Não uso só uma coisa. De todos os estilos eu olho e tento pegar um pouco de cada um, com o meu próprio estilo.

Marcos – Me visto conforme o lugar aonde vou, às vezes eu tenho que me adequar a uma roupa especial. Mas, sempre tento me vestir conforme o lugar que vou. Se vou na casa de um parente, uso qualquer roupa, se vou para qualquer outro lugar, precisa de uma roupa específica.

Renato – Conservado.

Elaine – Conservador?

Renato – É, o tipo mais parado.

Elaine – E você Ana? Defina seu estilo?

Ana – Sou largada. Um pouco sim, como posso explicar? Para as meninas de hoje em dia sim, do jeito que elas se vestem e do jeito que eu me visto, acho que sim. As pessoas definiram assim, entendeu? Que eu sou meio largada...

Elaine – E elas se vestem como?

Ana - A maioria são tudo arrumadinhas, maquiagem é isto aquilo...

Elaine – Você não curte muito?

Ana – Não.

Elaine – Vocês possuem marcas de roupas, de sapatos que preferem?

Ana – Adidas, Nike, e umas marcas de skate.

Marcos – Várias marcas, All Star, SuperStar, e outras.

Daniela – Gosto da Ramarim, da Vizzano, da Cravo e Canela. Procuro comprar roupa boa, marca não interessa muito. Marca vai mais na questão de sapato por causa do conforto. Roupa você tem que levar em conta o preço, você tem que levar em conta como a roupa é, se ela vai durar bastante. Porque acho que muita coisa de marca não vale o que é barato.

Stephany – Pra mim, não, tanto faz, não ligo pra marca.

Natália – Compro roupa da Squale.

Ademir – Prefiro tênis da ASICS, uso para jogar vôlei. De roupa Adidas, Nike.

Gabriel – Gosto de Elements, Obey.

Renato – Adidas, porque os tênis são bons e dura bastante. Gosto bastante, é bom e barato.

Greiciane – São marcas assim, não uma única... Já ouviu falar de pilaco?

Elaine – Me explica o que é pilaco?

Greiciane – Usam calças coloridas, tipo Restart, eu não gosto. Pilaco é a pessoa que é modinha, uma calça colada. Tipo essa blusa (aponta para a jaqueta que está usando) antigamente era modinha, quando eu comprei era modinha, todo mundo tinha. Mais blusa de marca, roupa de marca, tênis tudo.

Gabriel – É os pilacos seguem a moda, os modinhas seguem só uma moda, a da calça bege. Os pilacos se amanhã começar uma moda de raspar a sobrancelha eles tão lá raspando.

Elaine – Mas as meninas também recebem esse nome?

Greiciane – Todas,

Elaine – Roupas mais largas?

Greiciane – Largas, tipo maluqueira, meio skatista. Meninas também usam. É modinha.

Elaine – E aqui tem muito pilaco?

Greiciane – Tem, mas no ano passado tinha mais.

Elaine – E o que está na moda aqui agora?

Greiciane – Agora parou, porque agora só tem criança. O ano passado tinha os que saíram iguais a nós. Eles eram mais estilosos.

Elaine – Quando vocês estão a fim de alguém a roupa interfere no seu interesse, em apresentar para a família, para seus amigos?

Ana – Se eu gostasse de verdade, não estaria nem aí. Não que interferiria, nem olho muito para a aparência. Quando gosto de uma pessoa, gosto de verdade...

Greiciane – A química (risos). Tem que ser normal calça jeans, meu pai não aceita calçudo.

Gabriel – Bom, se eu vejo uma menina na rua de calça apertada e bem pequenininha assim, um shortinho, pra mim ela é uma funkeira. Tem umas meninas que andam quase igual a gente, que eu gosto dessas meninas, prefiro elas que são skatistas também. Tipo, as funkeiras, até numa festa toca um funk, tudo bem. Pra ficar até vai, mas para namorar não.

Jayson – Gosto de meninas que se vestem bem, sem roupas muito decotadas.

Ademir – Acho que menina é mais ligada com a moda, acho que elas sempre estão querendo estar bem vestida. Acho que isso não seria problema. Pra mim o que tem importar é o que a pessoa é por dentro e não por fora. Se fosse uma menina piriguite eu nem me interessaria, por essas pessoas.

Stephany – Um pouquinho. Eu não namoraria um roqueiro, porque eles usam preto, alargador e eu não gosto.

Daniela – Acho que conta, porque eu não iria querer passar a minha vida com uma pessoa que se veste mal, uma pessoa que não se cuida. Para a pessoa estar bonita, ela não precisa estar na moda, precisa se cuidar, se gostar, não precisa estar na moda, precisa estar com uma aparência boa.

Marcos – Geralmente importa a aparência, sim, mas nem sempre é a qualidade das roupas, mas sim as qualidades dela. Mas se ela se vestisse muito piriguete, aí seria difícil.

Elaine – Os seus amigos vestem-se parecidos com vocês?

Ademir – Não tem uns que se vestem... É que eu não ligo muito para a moda, eu não sou dessas pessoas. Para mim estando confortável tudo bem, mas lógico estando bem vestido é uma coisa.

Daniela – Se vestem, elas não são meninas de usar minissaia, ou de ficar andando que nem maluqueira, são pessoas comportadas

Natália – Mais ou menos, tem dias que sim, tem dias que não. Mais parecidas.

Gabriel – Sim se vestem, como eu.

Greiciane – Não, cada uma tem seu estilo. Tenho amiga funkeira. Mas essas funkeiras dá para ver que são funkeiras pelo jeito que tira foto, pelas roupas que usam. As gurias da minha sala, elas vem de decote, não se mostram demais.

Marcos – Às vezes vestem. Geralmente, em uma festa.

Renato – Não, vestem bem diferente. Eles vestem três blusas, que é muito ridículo. Uma calça bege, calça preta. Bem diferente, visto um tênis normal e pronto.

Stephany – Não. Elas se vestem com a roupa do colégio e eu não.

Ana- Não me visto igual, não...

Elaine – Qual é a diferença?

Ana - Porque eu sou muita largada, não sou muito de me arrumar...

Elaine – Vocês consideram que as roupas podem passar mensagens?

Ademir – Acho que sim. Se eu estou com uma roupa. Olha um mendigo na rua, ele usa uma roupa bem simples, fica descalço essas coisas, isso mostra a classe social dele, passa uma mensagem que ele não tem condições e que infelizmente tá na rua.

Jayson – As roupas não passam mensagens, não dá pra ver se uma pessoa tem mais dinheiro ou não pelo que ela veste. Mas se ela estiver usando correntes e brincos, dá para ver que ela tem dinheiro

Daniela – Com certeza, passam sim! Porque assim, quando uma pessoa, tipo quando ela vai procurar emprego, ela chega lá toda desleixada, com o cabelo sem pentear, toda suja, ela não vai conseguir o emprego. Porque quando a pessoa contratando, ela vai querer uma pessoa com aparência boa, que passa algo bom para os outros. Acho que a sua aparência mostra quem você é.

Marcos – Geralmente sim, dependendo da roupa pode ter uma roupa que está escrito em inglês. Às vezes pode ser uma coisa boa ou uma coisa ruim.

Elaine – E se não tiver nada escrito?

Marcos – Pode ter um sentido especial naquela roupa, pode não ter nada escrito mais tem um sentido.

Renato – Não, porque a roupa não faz diferença. Tem gente que parcela a roupa em dez mil vezes, não dá para saber. Só conhecendo ela, conversando, conhecendo bem.

Stephany – Não acho que passe alguma coisa.

Natália – Eu acho que passam sim.

Elaine – Se vocês em uma tarde de domingo vão ao shopping passear com os amigos, vocês conseguem perceber se a pessoa, um jovem é rico ou pobre pela maneira pela qual está vestido?

Ana – Acho que não, a maioria, principalmente os meninos se vestem baseados numa coisa só, um estilo só. Tudo tênis da Nike, camiseta da Nike. É mais ou menos isso. Acho que ser pobre ou rico não dá para identificar. As pessoas hoje em dia, as roupas tão caras, mas se a pessoa tem ela tem como comprar, mas acho que não dá para definir se é rica ou não.

Ademir – Tem uns que sim, tem outros que tem que disfarçar bem. Porque se a pessoa é bem vestida, usa roupa só de marca, usa brincos que dá pra ver que é verdadeiro.

Gabriel – Bem, eu não tenho uma, uma... minha mãe e meu pai assim, na verdade agora tô morando com minha avó, mas eles não tem condições financeiras de comprar minhas roupas, mas aos poucos eu vou comprando... Minha camisa é da Santa Cruz, essa camisa paguei setenta reais se você vai no shopping vê um cara com camisa de marca, roupa de marca você vai achar em um primeiro momento pô que esse cara é boy, todo mundo vai achar isso.

Daniela – Acho que sim. Porque assim, gente queira ou não, a pessoa que tem...O fato da gente ser de uma classe social mais baixa não significa que a gente tenha de se vestir de uma forma desleixada, mas acho que quando a gente tá no shopping a gente vê que as pessoas de classe mais baixa não conseguem se vestir da forma que os de classe mais alta se vestem. Assim, querendo ou não os de classe mais alta se vestem com mais elegância. Às vezes a roupa pode ser até de melhor qualidade, mas como a roupa tá, como ela aparenta, como a pessoa combinou, eu acho que o look que ela fez muda tudo. Assim, a gente vê menina se vestindo de malukeira, de boné aba reta, não faz meu estilo, acho que dá para diferenciar, pessoas que tem uma classe mais alta não usam este tipo de roupa.

Marcos – Geralmente não, claro que um não vai conseguir comprar o que o outro tem, às vezes causa um pouco de inveja, um sempre vai ter condições de comprar.

É difícil falar. Às vezes dá para olhar, eu não falo em voz alta, mas posso até pensar comigo, fulano é assim. Mas todo mundo tem suas diferenças, rico, pobre, às vezes as pessoas não vão ter as condições de comprar a roupa da outra.

Stephany – Não, porque tem gente que é rico, mas é humilde e usa aquelas roupas simplesinha.

Marcos – Acho que consigo identificar sim. Eu vejo se as roupas são semelhantes às outras, se são semelhantes no vestir e na maneira como andam juntos.

Natália – Acho que hoje não, porque tem muitas pessoas assim que tem roupas boas, mas nem sempre são as mais ricas.

Greiciane – Roupas se você tiver dinheiro, você compra em qualquer lugar. Mas rica não dá para definir... E no shopping Palladium tem muito Pilaco, muito...

Greiciane – tem que ver no domingo. E a modinha é todo mundo falar: - No domingo, vamo pro Palla!! Todo mundo! Isso aí, é modinha!

Elaine – E todo mundo vai?

Greiciane – Vai tudo arrumadinho, vai tudo skatista, às vezes não sabe nem andar de skate.

Elaine – E quando você vai até lá, como se veste?

Greiciane – Vou de calça jeans, normal.

Elaine – E hoje em dia o que está na moda?

Greiciane – Tem o funkeiro, só usam shorts. Hoje em dia tão usando bastante as calças coloridas, que te falei.

Elaine – Vocês me falaram de alguns grupos, tribos e aqui na escola existem outros grupos?

Ademir – Outros grupos? Os dos bagunceiros.

Elaine – E pela roupa?

Ademir – Ah! Pela roupa, os skatistas. Usam tênis largo, roupas largonas

Ana – Bastante, umas meninas que não fazem as coisas, mas pagam para estar ali, para se exibirem...

Elaine – E aqui na escola, você consegue identificar os grupos? Tem grupos?

Ana – Um pouco, acho que dá para identificar...

Elaine – Mais pela roupa, ou pela postura?

Ana – Acho que mais pela roupa.

Renato – Tem bastante, bastante. Têm grupos que as pessoas formam, a maioria é equipe de som.

Elaine – Equipe de som?

Renato – São aquelas equipes que se reúnem e fazem festa. Envolvendo som, música, festa. Geralmente um da equipe tem carro com aqueles sons.

Daniela – Acho que na escola já é um pouco mais complicado, tanto pelo uniforme quanto pelo jeito das pessoas. Acho que o jeito que as pessoas se comportam na escola muda muito. Acho que não dá para perceber muito.

Daniela – Não sei diferenciar se são skatistas, isto ou aquilo, existe grupos de amigos.

Renato – De certa forma sim, porque se a pessoa usa roupa de marca vão pensar que ele é rico. Ele deve ter dinheiro. E tem roupa, que assim tipo de skatista, você olha e diz aquele ali deve andar de skate. Mas definir roupa de pobre assim é meio

difícil, de rico também. As pessoas do som que te falei, as roupas tem o nome deles e a equipe.

Elaine – E eles sempre usam essas roupas?

Renato – Na maioria das vezes. Normalmente.

Elaine – E em uma ocasião diferente quando vocês tem um evento diferente, como vocês procuram se vestir?

Natália – Me visto com uma roupa confortável, mas ao mesmo tempo bonita, apropriada para o lugar

Elaine – E se você for para uma festa?

Ana – Ah! Depende da festa... Se eu for em uma festa de casamento, o casamento exige uma postura, uma aparência mais correta...

Elaine – E quando você tem que estar bem vestido?

Ademir – quando a gente vai sair, não tem como sair com qualquer roupa em um lugar público. Em uma entrevista de emprego acho que tem que ser uma roupa social, mais arrumado.

Elaine – Que outras ocasiões necessita de estar bem vestido?

Ademir – Ah! De estar bem vestido, acho que é sempre tem que estar bem vestido, a pessoa tem que estar se sentindo bem com aquela roupa. Tem horas que com uma roupa mais desleixada, a pessoa pode ser discriminada e se sentir mal.

Greiciane – Arrumada. Eu não vou de tenizão, calça jeans em uma festa de 15 anos, comportada, né? Não vai com um shorts, uma blusa...

Marcos – Uma roupa adequada a festa, por exemplo, se é uma festa a fantasia vou usar uma fantasia, se é uma festa junina vou usar roupa caipira. Dependendo da

festa vou usar um tipo de roupa, se for uma formatura, também tem um tipo específico de roupa.

Renato – Uma roupa normal, uma calça jeans, um tênis, uma blusa e pronto. Uma roupa que me sinto mais confortável

Elaine – E para vocês o que é estar na moda?

Ana – Acho que hoje em dia, não sei... acho que é estar de acordo, não sei explicar. Acho que hoje em dia não tem moda, porque um se veste de um jeito outro de outro jeito. Acho que moda hoje em dia, cada um faz a sua.

Daniela – A pessoa estar na moda é ela se vestir de acordo com as tendências que tem no momento. Acho que o importante é a pessoa ter uma aparência boa, a roupa tá limpa, importante a roupa não estar amarrotada, amassada. Você está aparentando bem, acho que esta questão da marca e moda isso não...

Marcos – A maneira como as pessoas se vestem.

Renato – Estar na moda é você vestir aquela roupa que todo mundo está usando.

Elaine – E você anda na moda?

Renato – Dificilmente.

Elaine – E esse moletom GAP?

Renato – Esse moletom eu uso desde o ano passado, porque eu gosto.

Elaine – Atualmente, os jovens se preocupam muito com a aparência?

Ademir – Acho que se preocupam demais, não só com roupas de marcas, mas com aparência física, se é gordinho, se tem espinha...

Elaine – Em uma escala de 0 a 10, quanto o jovem se preocupa com a aparência?

Ademir – 10! Porque é difícil uma pessoa que não tá nem aí com a aparência, sabe? Se tá assim tá bom e ponto. Acho que ela sempre tá preocupada, ela olha uma pessoa que é diferente dela e quer ser igual aquela pessoa, sempre vai ser assim, ter uma pessoa que ele se espelha para tentar ser igual. Uma preocupação de ser mais que os outros, sempre mais que os outros. Acho que isso não é certo. Pra se enturmar melhor no grupo.

Natália – Se preocupam tanto com a aparência física, quanto com as roupas. Diria que uns nove.

Greiciane – Eu me preocupo. Nove e meio, tudo envolve se a gente tá gorda, se a sobancelha tá feita, se a unha está bonita, a gente sempre tá preocupada.

Daniela – Com certeza me preocupo, só que acho que tem meninas que são bem mais exigentes que eu. Me preocupo uns nove.

Gabriel – Sim, bastante. Mas acho que as gurias são piores, pensam em cabelo, unha, roupa, um monte de frescuras, uns nove.

APÊNDICE II – Construção do avatar

1º momento

1- Explicar a pesquisa, objetivos e procedimentos aos estudantes envolvidos.

2- Observar a construção do avatar em relação a:

a. Composição física rosto, cabelos, corpo, entre outros.

b. Escolhas de vestimentas e indumentárias para o avatar.

Perceber as semelhanças e diferenças físicas/ estéticas do avatar com o estudante (Print screen).

2º momento – Interação com os avatares dos outros estudantes – The Sims.

Identidade pretendida na composição do avatar condiz com a “mensagem” recebida por outros.

APÊNDICE III - Avatares

NOME: MARCOS

IDADE: 15 ANOS



	Imagem percebida pela pesquisadora	Avatar
Gênero	Masculino	Masculino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Acima do peso	Magro
Músculos	Normal	Sem músculos
Rosto	Redondo	Redondo

Olhos	Castanhos escuros	Azuis
Cabelo cor / modelo/mechas	Castanho escuro, curto, liso	Loiros, curto, liso
Barba/ cavanhaque/ bigode	Não	Não
Sobrancelhas	Grossas e retas	Finas e arqueadas
Formato da boca	Lábios finos	Lábios finos
Tipo de roupa	Uniforme completo e cachecol	Camiseta e calça jeans
Sapato	Tênis	Tênis
Acessório	Óculos de grau e aparelho nos dentes	Óculos escuros
Qualidade para colocar no perfil	Dificuldades de fala e locomoção	Amigável
Avatar	Várias tentativas na escolha da cor de cabelo, da cor dos olhos e do formato do corpo. Seu avatar ficou completamente diferente de sua aparência real.	Em sua opinião seu avatar representava-o.

NOME: RENATO

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Masculino	Masculino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Magro	Magro

Músculos	Normal	Músculos - médio
Rosto	Fino	Redondo
Olhos	Castanhos escuros	Castanhos
Cabelo cor / modelo/mechas	Castanho claro, curto e ondulado	Castanho escuro, curto e liso
Barba/ cavanhaque/ bigode	Não	Não
Sobrancelhas	Finas e retas	Grossas e retas
Formato da boca	Lábios finos	Lábios finos
Tipo de roupa	Calça do uniforme e blusa de moletom	Calça jeans e blusa de moletom
Sapato	Tênis	Tênis
Acessório	Óculos de grau	Não
Qualidade para colocar no perfil		Romântico
Avatar	Várias tentativas de escolha na aparência física e nas roupas.	Em sua opinião seu avatar ficou bem semelhante ao real.

NOME: JAYSON

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Masculino	Masculino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Magro	Magro
Músculos	Normal	Mais músculos

Rosto	Redondo	Redondo
Olhos	Esverdeados	Preto
Cabelo cor / modelo/mechas	Castanho claro, curto e liso	Preto
Barba/ cavanhaque/ bigode	Não	Não
Sobrancelhas	Grossas arqueadas	Médias retas, cor preta
Formato da boca	Lábios grossos	Lábios finos
Tipo de roupa	Calça do uniforme e blusa de moletom	Calça jeans e camiseta
Sapato	Tênis	Sapatênis
Acessório	Não	Relógio
Qualidade para colocar no perfil		Bonito
Avatar	Várias tentativas para escolher as roupas. No processo de construção questionou várias vezes sua semelhança com a de seu avatar.	Em sua opinião seu avatar ficou muito diferente, resolveu tirar o boné, trocar o tipo do cabelo, até ficar satisfatório.

NOME: ADEMIR

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Masculino	Masculino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Magro	Magro
Músculos	Normal	Mais músculo

Rosto	Fino	Fino
Cabelo cor / modelo/mechas	Loiro, ondulado e curto, "social"	Castanho claro, liso e curto
Olhos/ cor e formato	Castanho	Castanho claro
Nariz	Fino	Fino
Barba/ cavanhaque/ bigode/ sardas	Sardas	Sardas
Sobrancelhas	Finas e arqueadas	Mais fina, não muito grossa, da cor do cabelo
Formato da boca	Lábios pequenos	Lábios finos
Tipo de roupa	Calça jeans azul e blusa de moletom	Camisa, camiseta e calça jeans
Sapato	Tênis	Sapatênis
Acessórios	Não	Relógio e cinto
Qualidade para colocar no perfil		Esportista
Avatar	Várias tentativas na escolha do tipo e da cor do cabelo, dos olhos, formato do rosto, até ficar satisfatório.	Em sua opinião seu avatar ficou bem parecido com a realidade.

NOME: GABRIEL

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Masculino	Masculino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Normal	Normal
Músculos	Sim	Mais músculo
Rosto	Quadrado	Redondo

Olhos	Verdes	Verdes
Nariz		Pequeno
Cabelo cor / modelo/mechas	Castanho claro, curto e liso	Castanho escuro, curto e liso
Barba/ cavanhaque/ bigode	Não	Não
Sobrancelhas	Grossas e arqueadas	Finas
Formato da boca	Lábios grossos	Lábios finos
Tipo de roupa	Blusa de moletom, calça jeans cargo, camiseta marca santa cruz	Calça jeans, camisa xadrez
Sapato	Tênis cano longo	Tênis All Star
Acessórios	Alargador	Relógio e gorro
Qualidade para colocar no perfil		Skatista
Avatar	Várias tentativas na escolha dos acessórios, boné, óculos, até ficar satisfatório.	Em sua opinião seu avatar ficou bem parecido com a realidade.

NOME: STEPHANY

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Feminino	Feminino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Magra	Magra
Tamanho do busto	Pequeno	Médio
Rosto	Pequeno e fino	Redondo

Olhos	Esverdeados	Castanho mel
Cabelo cor / modelo/mechas	Loiros, lisos e longos	Loiros, lisos e longos
Sobrancelhas	Finas	Finas e arqueadas
Formato da boca	Lábios finos	Lábios finos
Tipo de roupa	Blusa de moletom e calça do uniforme	Calça e bata
Sapato	Tênis	Tênis
Acessórios	Unhas pintadas de azul	Brincos
Maquiagem	Não	Sim
Qualidade para colocar no perfil	Funkeira	Esportista

NOME: ANA

IDADE: 15 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Feminino	Feminino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Acima do peso	Normal
Tamanho do busto	Grandes	Pequenos

Rosto	Redondo	Redondo
Olhos	Castanhos escuros	Castanhos escuros
Cabelo cor / modelo/mechas	Castanhos escuros, longos, lisos, mechas amarelas nas pontas	Castanhos escuros, longos, lisos
Sobrancelhas	Finas	Finas
Formato da boca	Lábios grossos	Lábios grossos
Tipo de roupa	Blusa de moletom e calça do uniforme	Tipo atlético, calça preta, jaqueta
Sapato	Tênis	Tênis tipo All Star
Acessórios	Alargador e piercing	Não
Maquiagem	Não	Não
Qualidade para colocar no perfil		Skatista
Avatar	Várias tentativas ne escolha da cor e formato do cabelo, olhos, formato do rosto, até ficar satisfatório.	Em sua opinião seu avatar ficou mais ou menos parecido com a realidade.

NOME: DANIELA

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Feminino	Feminino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Magra	Magra
Tamanho do busto	Pequenos	Médios

Rosto	Fino	Redondo
Nariz	Pequeno	Arrebitado
Olhos	Grandes e castanhos escuros	Castanhos claro
Cabelo cor / modelo/mechas	Pretos, alisados, abaixo do ombro	Castanhos escuro, lisos e longos
Sobrancelhas	Finas	Arqueadas na cor do cabelo
Formato da boca	Lábios grossos	Lábios grossos
Tipo de roupa	Calça do uniforme, trench coat preto, cachecol	Jaqueta de couro, camiseta e calça
Sapato	Tênis	Sapatilha
Acessórios	Unhas pintadas de azul	Pulseiras e brincos
Maquiagem	Sim	Blush, batom, delineador, sombra.
Qualidade para colocar no perfil		Charmosa
Avatar	<p>Várias tentativas na escolha dos cabelos, olhos, rosto, lábios, roupas até ficar satisfatório.</p> <p>Bem exigente em suas escolhas, fez inúmeras tentativas no processo. Questionou várias vezes sua semelhança com seu avatar.</p>	Em sua opinião seu avatar não ficou semelhante com a realidade.

NOME: GREICIANE

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Feminino	Feminino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Normal	Normal
Tamanho do busto	Pequenos	Grandes
Rosto	Redondo	Redondo

Olhos	Grandes, castanho escuro	Castanho escuro
Cabelo cor / modelo/mechas	Castanho médio com mechas loiras, longo com ondas nas pontas	Castanho médio, longo com mechas mais claras no comprimento e brancas nas pontas
Sobrancelhas	Finas	Finas e arqueadas
Formato da boca	Lábios grossos	Lábios finos
Tipo de roupa	Calça do uniforme e blusa de moletom, jaqueta college	Vestido
Sapato	Tênis	Sandália
Acessórios	Não	Não
Maquiagem	Sim	Delineador, batom claro
Qualidade para colocar no perfil		Tagarela
Avatar	<p>Várias tentativas na escolha das roupas até ficar satisfatório.</p> <p>Bem exigente em suas escolhas, fez inúmeras tentativas.</p> <p>Durante o processo questionou várias vezes seu avatar.</p>	Em sua opinião seu avatar ficou meio piriguete e meio velha.

NOME: NATÁLIA

IDADE: 14 ANOS



	IMAGEM PERCEBIDA PELA PESQUISADORA	AVATAR
Gênero	Feminino	Feminino
Cor da pele	Branca	Branca
Forma do corpo	Magra	Normal
Tamanho do busto	Pequenos	Grandes
Rosto	Fino	Fino

Olhos	Castanho escuro	Castanho escuro
Cabelo cor / modelo/mechas	Castanho escuro, longo, liso com mechas rosa nas pontas	Castanho escuro, altura do ombro com mechas amarelas
Sobrancelhas	Finas	Finas
Formato da boca	Lábios finos	Lábios finos
Tipo de roupa	Calça de uniforme, moletom	Camisa e calça
Sapato	Tênis	Sapato boneca
Acessórios	Óculos de grau	Óculos de grau
Maquiagem	Não	Sim
Qualidade para colocar no perfil		Extrovertida
Avatar	Várias tentativas na escolha de sua aparência física e de suas roupas.	Em sua opinião seu avatar ficou mais ou menos semelhante a realidade.