

Mapeamento e análises iniciais das identidades juvenis na Região das Hortênsias

Rodrigo Koch¹

Priscila Francisco de Oliveira Castilhos²

Caroline Borges de Souza³

Priscila da Silva Damasceno⁴

Elisete Medianeira Tomazetti⁵

Resumos: Este artigo apresenta um mapeamento das identidades juvenis em escolas de três municípios da Região das Hortênsias (Canela, Gramado e São Francisco de Paula) do Rio Grande do Sul, com breve análise de alguns grupos sociais em cada localidade. Esta pesquisa buscou identificar quais os grupos juvenis mais comuns encontrados no ensino médio, e se constitui em um estudo científico de caráter quantitativo e descritivo, uma vez que buscou por meio de questionário e observação trazer resultados para descrever os comportamentos adotados por determinados grupos juvenis. Os jovens apresentam configurações de identidades múltiplas, com transições variáveis de acordo com o contexto social de cada um.

Palavras-Chave: Identidades Juvenis; Juventude; Região das Hortênsias; Rio Grande do Sul.

Mapping and initial analysis of youth identities in the Hortensias

Abstract: This article presents a mapping of youth identities in schools in three municipalities of the Hortensias Region (Canela, Gramado and São Francisco de Paula) with a brief analysis of some social groups in each location. This research sought to identify the most common youth groups found in high school, and constitutes a scientific quantitative and qualitative descriptive study, as it sought through a questionnaire and observation bring results to describe the behavior adopted by certain youth groups. Young people have multiple identities settings, with varying transitions according to the social context of each.

Keywords: Youth Identities; Youth; Hortensias Region, Rio Grande do Sul.

¹ Mestre em Educação pela Universidade Luterana do Brasil (Ulbra); e doutorando em Educação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Diretor Regional - Campus II (Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Encantado, Montenegro, São Francisco de Paula e Vacaria) e professor da UERGS - Universidade Estadual do Rio Grande do Sul. koch.rodrigo@terra.com.br

² Licenciada em Pedagogia. Bolsista Iniciação em Pedagogia em 2015 na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul. prihcastilhos@gmail.com

³ Aluna do curso de Pedagogia, unidade de São Francisco de Paula. Bolsista Iniciação em Pedagogia em 2016 da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul. krol-18-@hotmail.com

⁴ Aluna do curso de Pedagogia, unidade de São Francisco de Paula. Bolsista voluntária do projeto de pesquisa Identidades Juvenis na Região das Hortênsias. damascenopriscila64@gmail.com

⁵ Bolsista de Produtividade em Pesquisa 2 do CNPq. Mestre em Filosofia (UFSM) e Doutora em Educação (USP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). elisetem2@gmail.com

Introdução – Juventude contemporânea

Historicamente, no período moderno, o jovem foi apresentado como um problema social, vinculado a atos de violência e ilícitos, com ênfase em sua indisciplina. Dayrell (2005) aponta algumas características marcantes que geralmente ainda são atribuídas à juventude:

[...] na “falta de respeito” nas relações entre os pares e com os professores, na sua “irresponsabilidade” diante dos compromissos escolares, na sua “rebeldia” quanto à forma de vestir – calças e blusas larguíssimas, *piercings*, tatuagens e o indefectível boné –, o que pode ser motivo de conflito quando a escola define um padrão rígido de vestimenta. É comum também entre os professores o estereótipo das gerações atuais como desinteressadas pelo contexto social, individualistas e alienadas, numa tendência à compará-las às gerações anteriores, mitificadas como gerações mais comprometidas e generosas. (DAYRELL, 2005, p.54)

Sem deixar completamente tais características desse passado recente, nas sociedades pós-modernas a juventude começa a ser vista e tratada de outra forma, pois adquiriu novos contornos, principalmente com o advento de novas ferramentas tecnológicas de comunicação e também de novas concepções familiares, com pais separados, pais-adolescentes, e avós, tios e irmãos mais velhos assumindo papéis paternos e maternos. São sujeitos de uma nova geração nascidos e engendrados em uma tecnocultura. Há novas mídias que subvertem completamente às antigas formas de se comunicar (OLIVEIRA; TOMAZETTI, 2010). O ‘novo padrão’ passou a ser não haver padrão. Há um ‘borramento’ de fronteiras e a juventude se expande e se confunde. Os desejos e sonhos que conduzem os jovens na sociedade de consumidores dos tempos atuais também modificam suas condutas em relação ao que estávamos habituados em tempos modernos e sólidos. Os jovens são nômades. Costa (2012) caracteriza as ações que engendram o comportamento de jovens do novo milênio.

Eles procuram incansavelmente inscrever-se na cultura globalmente reconhecida e fazer parte de uma comunidade de consumidores de artefatos em voga na mídia do momento; produzem seus corpos de forma a harmonizá-los com o mundo das imagens e do espetáculo; caracterizam-se por constantes e ininterruptos movimentos e mutações. (...) jovens que buscam infatigavelmente a fruição e o prazer e, nessa busca, borram fronteiras de classe, gênero e geração. (...) vão se tornando o que são, vivendo sob a condição pós-moderna. (COSTA, 2012, p.9)

Quando crianças, os jovens pós-modernos, foram educados pelo que podemos denominar de ‘bás-eletrônicas’, ou seja, passavam muito mais tempo em frente à televisão, computadores, videogames, do que na escola ou se dedicando às tarefas escolares; condição que, consideramos já estar presente desde a década de 1990 e com produtividades mais significativas após a virada do milênio. O conceito de novas áreas pedagógicas é defendido por Steinberg e Kincheloe, ou seja, “são aqueles lugares onde o poder é organizado e difundido incluindo-se bibliotecas, TV, cinemas, jornais, revistas, brinquedos, propagandas, videogames, livros, esportes etc” (2004, p. 14).

Neste momento, ainda de transição de algumas instituições e espaços sociais de um período moderno para uma fase pós-moderna, Dayrell (2005) alerta que a forma como cada sociedade e cada grupo social vai lidar e representar a juventude é muito variada no tempo e no espaço. Há diferenças de gênero, etnia, classe social, condições de trabalho, família e escola que devem ser consideradas ao analisarmos as diferentes juventudes.

Essa diversidade se concretiza no período histórico, nas condições sociais (classes sociais), culturais (etnias, identidades religiosas, valores, etc.), de gênero e também das regiões, entre outros aspectos. Pode-

mos afirmar que não existe uma juventude, mas sim juventudes, no plural, enfatizando, assim, a diversidade de modos de ser jovem na nossa sociedade. (DAYRELL, 2005, p. 55)

Costa e Momo (2009) ao discutir trechos do livro *A escola tem futuro?* na parte inicial do capítulo ‘*A conveniência da escola*’ também abordam esta temática citando alguns autores que afirmam que processos culturais bastante complexos estão ocorrendo fora da escola e afetando a escola. Ainda conduzindo conversações do livro nessa parte introdutória, as autoras chamam a atenção para o fato de que “tudo que acontece na escola tem fios e tramas dentro e fora da escola” (2009, p. 521), e esquecer ou negligenciar isso implica sérias consequências.

O espaço que esta nova configuração da juventude passou a ocupar na sociedade ocidental capitalista pode ficar mais claro quando analisamos que já surgiu, nas últimas décadas, um novo grupo de consumidores com produtos especialmente pensados para eles. Sarlo (1997) e Canclini (2004), ao caracterizarem os jovens, salientam que fazer parte deste grupo é uma questão de estilo, ou seja, não há uma faixa etária determinada e sim o ‘estilo jovem’. A juventude começa cada vez mais cedo e se estende por décadas, podendo o indivíduo, por desejo, transitar nesta geração facilmente até os 40 anos de idade.

[...] a juventude passou a ser vista como geração potencial, reserva latente e promessa, cujas características passaram, na via inversa do modelo ternário, a ser perseguidas pelo mundo adulto que, atendendo ao apelo da sociedade de consumo, desenvolve no imaginário o desejo de postergar o seu processo de juvenilização, inspirando-se no *look* juvenil. (STECANELA, 2010, p.72)

É um grupo geracional que não reconhece seu passado e não sabe seu futuro, e para o qual o modelo de triunfo social é ser um *ex-big brother*. Ainda, segundo Sarlo (1997), ser jovem, para os muitos que adotam esse estilo, garante as vantagens de trazer à cena a sexualidade e se desvencilharem das obrigações e responsabilidades da vida adulta. A juventude é um território onde todos querem viver indefinidamente.

Do ponto de vista dos teóricos tradicionais do marketing, os jovens consumistas têm hábitos específicos: mudam de opinião facilmente, buscam sempre por novidades e procuram mais qualidade do que quantidade, se relacionando com tendências e valores. Estão constantemente ligados às novas ferramentas tecnológicas, e muitas vezes com diversas mídias (internet, iPod, tevê, telefone móvel, aplicativos ...) interagindo ao mesmo tempo. Os jovens são educados por esses meios por estarem expostos a esses artefatos. Trata-se de um grupo diferente no ato de consumir, por já administrarem, praticamente sem apoio, influência e vigilância dos pais, o “seu dinheiro”, ainda que este provenha dos próprios progenitores.

Os jovens apresentam um caráter nômade, com vínculos flexíveis e assunção de identidades fugazes, rejeitando modelos arbitrários e verdades cristalizadas pelo tempo. Ao mesmo tempo buscam respostas em narrativas inéditas de *tribos* juvenis, abertos ao diálogo, à incerteza, e à fugacidade dos relacionamentos (OLIVEIRA; TOMAZETTI, 2012).

Os jovens são educados pelas expressões culturais que os cercam. Escola, família, amigos e também a mídia operam estas transformações comportamentais. “Os jovens articulam os conhecimentos escolares com suas vivências cotidianas e carregam para dentro da escola também suas aprendizagens construídas nos espaços educativos não escolares” (STECANELA, 2010, p.58). Percebemos que escola e família já não conseguem mais auxiliar esses indivíduos de forma satisfatória na construção de suas *identidades*, bem como no planejamento de seus projetos de vida.

A escola concorre em larga desvantagem com os meios de comunicação de massa que lançam mão de recursos audiovisuais potentes para penetrar na subjetividade de seus consumidores, atraindo a atenção em crescentes processos de adesão. Com a televisão participando da socialização primária de crianças e jovens e, por que não dizer, dos pró-

prios pais, não há como negar que a escola vê-se diante de uma imobilidade para superar o desafio da “*mediatização* da vida social” e para recuperar o seu papel socializador e legitimador. O papel socializador, portanto, não pode ser delegado em bloco a uma única instituição. Pelo contrário, a socialização dos jovens ocorre em múltiplos espaços e tempos, especialmente naqueles acentuados pela socialização informal ou, em outras palavras, pelas sociabilidades. (STECANELA, 2010, p. 45-46)

Costa (2009) e Costa e Momo (2010) apontam as escolas como ‘novos’ lugares reconfigurados como um dos espaços preferenciais vislumbrados por esta geração, porque sendo “a escola um lugar na cultura, um lugar onde a cultura circula, onde culturas se encontram e negociam, onde se produz e consome cultura” (COSTA; MOMO, 2009, p. 524). “As escolas oferecem crescentemente aos estudantes a mensagem pouco sutil de que tudo está à venda, incluindo as *identidades*, os desejos e os valores dos estudantes” (COSTA, 2012, p. 266-267). Portanto, de acordo com Costa e Momo, a escola “também começa a ser posicionada em relação a esse novo jeito de a cultura operar e também nos ensina muito sobre nosso período histórico e sobre novas funções e significados da escola na ordem contemporânea orientada para e pelo mercado” (2009, p. 524).

Apesar das inúmeras transformações sociais nas últimas décadas, principalmente desde os anos 1990 e – ainda – na entrada do novo milênio, algumas instituições continuam sendo centrais e de referência na vida das sociedades modernas e, agora, em passagem tardia para pós-modernas. Talvez o melhor exemplo disso seja a escola, que mesmo em tempos *líquidos* – quando os alunos são educados não mais somente pelos professores, mas também pelas mais variadas mídias e artefatos culturais – continua ocupando o espaço formal da educação. É ponto de consenso e se convencionou e regulamentou, desde o século XIX, que qualquer criança ou jovem tenha o direito – e porque não, também o dever – de frequentar a escola para adquirir conhecimento e ser preparado para e pela sociedade na qual está inserido. No entanto, a sala de aula contemporânea se vê ameaçada pela fluidez e instantaneidade dos artefatos pós-modernos e, é encarada muitas vezes como um espaço de lazer (OLIVEIRA; TOMAZETTI, 2010; 2012). O próprio método de aprendizagem se transformou. Bauman (2013) faz analogia entre mísseis balísticos (aprendizagem moderna) e mísseis inteligentes (aprendizagem pós-moderna) para caracterizar a condição contemporânea da educação dos jovens, afirmando que o talento em aprender depressa está diretamente vinculado a capacidade de esquecer instantaneamente o que foi aprendido antes.

[...] o conhecimento que adquirem é eminentemente descartável, bom apenas até segunda ordem e de utilidade apenas temporária; e que a garantia de sucesso é não deixar passar o momento em que o conhecimento adquirido não se mostrar mais útil e for preciso jogá-lo fora, esquecer-lo e substituí-lo. (BAUMAN, 2013, p.13)

Bauman (2013) aborda ainda que o ensino de qualidade precisa provocar e propagar a abertura, não a oclusão mental, e afirma que a arte de “sufar” tomou a posição, na hierarquia das habilidades úteis e desejáveis, antes ocupada pela arte de aprofundar-se. Neste contexto, não podemos esquecer que a escola sempre produziu e continua produzindo experiências culturais, sem querer aqui avaliar se as mesmas são boas ou más na constituição destes cidadãos.

A escola é um lugar de culturas porque seus protagonistas – os adultos, os jovens, os adolescentes e as crianças – são produtores de culturas: cultura infantil, cultura juvenil, cultura adulta. São também produzidos nas culturas em que estão envolvidos: sua condição de classe, seu pertencimento étnico, seu gênero, a escolha de sua sexualidade, são marcas de suas histórias, significantes para suas vidas. Na escola, tais protagonistas também encontram (e inventam) maneiras de produzir seus modos de ser e de estar, de partilhar sentimentos, experiências. Os tempos e os espaços da escola constituem campos de possibilidade para exercerem sua condição de seres da cultura, ao se relacionarem entre si, ao aprender, problematizar e

usufruir os diversos saberes tratados na escola, compartilhando um patrimônio que a todos pertence. (...). Em suma, escola é lugar de circular, de reinventar, de estimular, de transmitir, de produzir, de usufruir, enfim, de praticar cultura. (...). As experiências culturais que nos constituem como humanos também têm lugar na escola, no protagonismo de seus professores e estudantes. (VAGO, 2009, p. 27-28)

A escola, hoje, se transformou em um grande palco para os jovens serem vistos.

(...) a escola de ensino médio tem sido palco de inúmeros sintomas dessas novas configurações na subjetividade juvenil, ora pela presença de tribos juvenis no ambiente escolar – como *punks*, *darks*, *emos*, *góticos*, *metaleiros* –, ora por meio da presença entre os alunos das novas mídias com suas linguagens interativas e instantâneas, (...) (OLIVEIRA; TOMAZETTI, 2010, p.127)

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

Este artigo apresenta um mapeamento das identidades juvenis em escolas de três municípios da Região das Hortênsias⁶ (Canela, Gramado e São Francisco de Paula) com breve análise de alguns grupos sociais em cada localidade, e faz parte de uma pesquisa de investigação das identidades juvenis na contemporaneidade no cenário escolar.

Procedimentos metodológicos

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

[...] as pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição de características de determinada população [...] entre as pesquisas descritivas, salientam-se aquelas que tem por objetivo estudar as características de um grupo [...] algumas pesquisas descritivas vão além da simples identificação da existência de relação entre variáveis, e pretendem determinar a natureza dessa relação. (2010, p. 27-28)

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

⁶ A Região das Hortênsias é composta por sete municípios: Cambará do Sul, Canela, Gramado, Jaquirana, Nova Petrópolis, Picada Café e São Francisco de Paula. Está distante cerca de 100 km da capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, e se destaca pelo turismo e agropecuária.

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

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

Mapeamento dos grupos juvenis

Canela

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

Quando questionados sobre os grupos sociais em que acreditam estar inseridos, em Canela, temos como primeiro grupo aquele que está mais vinculado e/ou relacionado com as preferências citadas anteriormente, ou seja, os ‘Baladeiros’⁷ (38%). Na sequência foram listados ‘Esportistas’ (35%), ‘Estudiosos’ (37%), e ‘Consumistas’ (24%). Temos ainda duas categorias que apareceram entre os cinco grupos sociais destacados pelos jovens, mas cada tribo juvenil em uma rede de ensino. As ‘Patricinhas’ (11%) destacam-se na escola privada, e os ‘Futebolistas’ (14%) aparecem com maior relevância na rede pública de Canela.

Gramado

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

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

São Francisco de Paula

Os dados dos questionários aplicados em São Francisco de Paula nos revelam que boa parte das res-

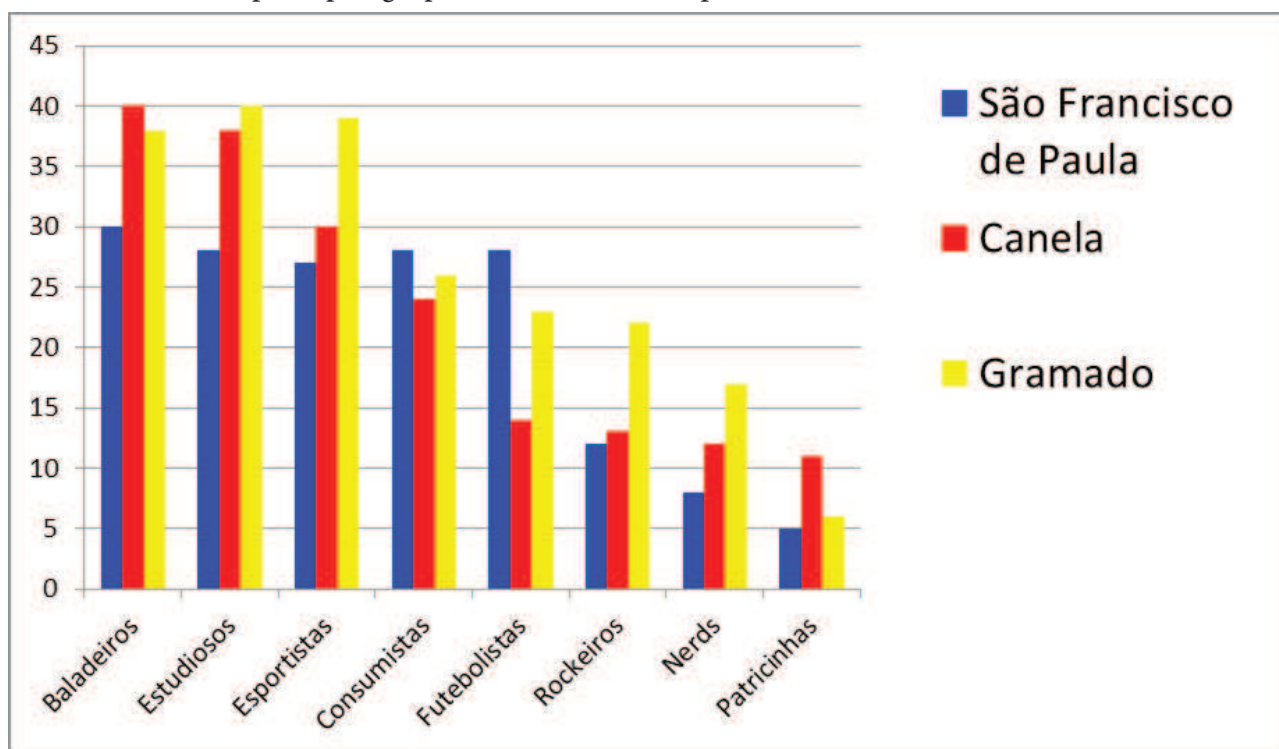
⁷ Aqueles que desfrutam dos eventos noturnos, ou em outras palavras, um ‘boêmio contemporâneo’.

postas coletadas apresentam semelhanças entre os estudantes da escola particular e da escola estadual, mas no apontamento de preferências secundárias e grupos sociais divergem, principalmente, quando foram preenchidas as lacunas que estavam ‘em branco’. Vejamos as respostas.

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

Os grupos sociais nos quais se inserem – citados e/ou apontados pelos jovens – são os mesmos tanto para os entrevistados do ensino privado como do público, porém em ordem e com percentuais diferentes. Na escola particular, a maioria se considera ‘Consumista’ (34%), seguido por ‘Esportista’ (32%), ‘Futebolista’ (27%), ‘Estudiosos’ (22%) e ‘Baladeiro’ (17%). Já entre os jovens estudantes da escola estadual, o grupo com o maior número de simpatizantes é o dos ‘Baladeiros’ (43%). ‘Estudiosos’ (34%), ‘Futebolistas’ (29%), ‘Consumistas’ (22%) e ‘Esportistas’ (21%) também foram relacionados com índices semelhantes. Provavelmente, o índice de ‘Consumistas’ na escola privada é maior e aparece em primeiro lugar, devido ao poder aquisitivo e à classe social que tais indivíduos estão inseridos. No entanto, para este estudo, o que se torna importante é que os mesmos grupos foram indicados como os principais nos dois ambientes, possibilitando que a partir deste dado possamos focar tais interesses ou grupos sociais nas etapas de análises deste estudo.

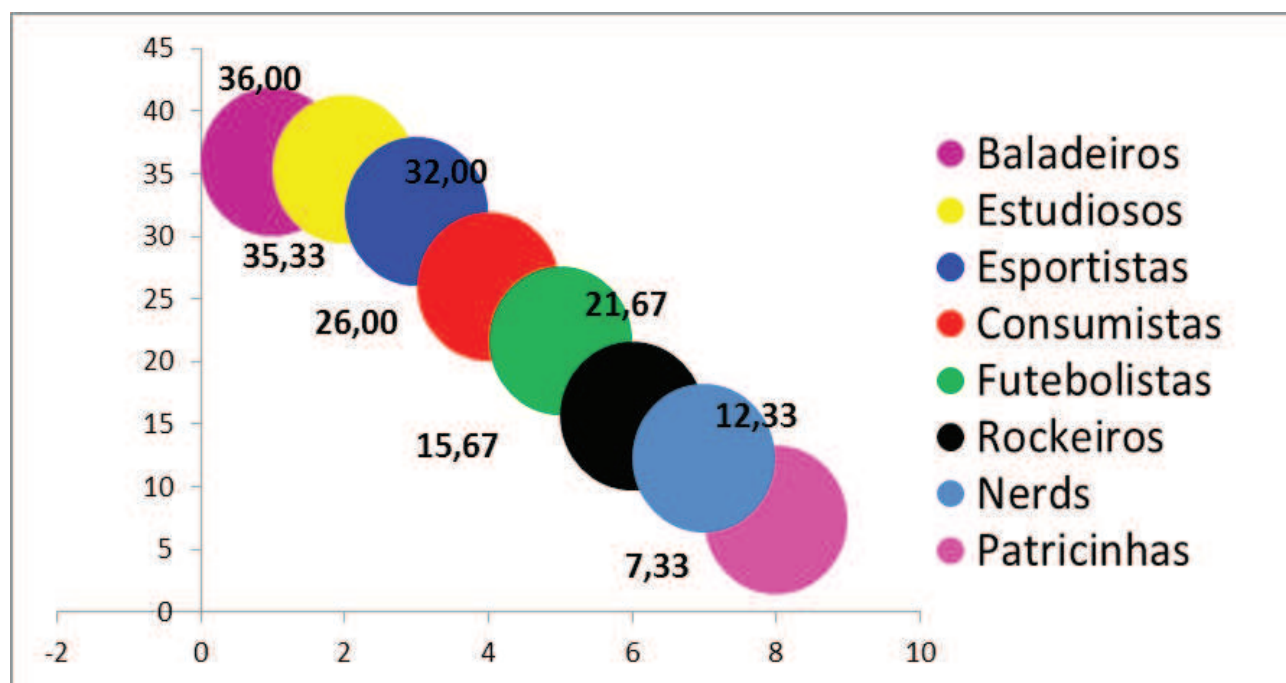
Gráfico 1 – Índices dos principais grupos sociais nos municípios de Canela, Gramado e São Francisco de Paula



Fonte: Pesquisadores

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

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



Fonte: Pesquisadores

Apontamentos e análises de comportamentos juvenis

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

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

Na aprendizagem que as vivências proporcionam aos jovens, tendo a escola como palco/cenário principal se intensifica a vida social. Os jovens fazem grandes amizades, conhecem o primeiro amor, valores, formam seu caráter e identidade, que podem acompanhá-los a vida toda e pelo menos por um período. Naturalmente eles procuram se relacionar com aqueles que estão passando pelo mesmo problema, história, gostos em comum, constituindo grupos sociais, cada um com suas características particulares, estilos, culturas, comportamentos, vestimentas, (des)(re)construindo suas identidades.

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

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

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

Lendo e interpretando Bauman (2013) pensamos que cada vez mais o modo como os jovens se moldam para a sociedade vem mudando ao longo dos tempos. Atualmente o jovem pode ser vários em um só, misturando vários estilos, gostos musicais, amigos e turmas, em vez de escolher só um estilo de roupa, de música, de vida, diferente de como as mídias apresentavam – e até nos ensinavam – há tempos atrás. A televisão e a internet – com a geração de *youtubers* que se instalou no mundo de entretenimento – são mecanismos influenciadores de estilo de vida para os adolescentes e jovens nos quais se espelham, interagem, seguem como modelo, e copiam algumas características para conduzir sua vida; desde roupas, acessórios até o modo de se comportar, falar, se portar diante a sociedade. Conforme citamos, os *youtubers* vem invadindo o contexto social da juventude, através da internet mostrando comportamentos, estilos, moda além de vender o ideal de que todos podem ser famosos. Para muitos jovens contemporâneos, o sonho de vida

é ser uma celebridade, ganhar muitos seguidores na internet, ter fãs e privilégios aonde for. As *'pseudo-celebridades'* da internet vêm difundindo essa vida de glamour para os adolescentes. A maioria dos jovens sonha com seus *'15 minutinhos'* (ou muito menos) de fama. Segundo Bauman (2013):

O que os cidadãos do mundo líquido moderno logo descobrem é que nada nesse mundo se destina a durar, que dirá para sempre. Objetos hoje recomendados como úteis e indispensáveis tendem a virar coisa do passado muito antes de terem tempo de se estabelecer e se transformar em necessidade ou hábito. Nada é visto como estando aqui para sempre, nada parece insubstituível. (BAUMAN, 2013, p.15)

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

É verdade que cada geração tem sua percentagem de recusados. Há pessoas em cada geração às quais se atribui o status de rejeitado porque a “mudança geracional” tende a trazer algumas alterações significativas nas condições e nas demandas de vida que obrigam as realidades a se afastar das expectativas implantadas pelas condições anteriores e a desvalorizar as habilidades que costumavam ser desenvolvidas e promovidas. (BAUMAN, 2013, p.27)

Por exemplo, os *nerds* se sentiam excluídos por serem – aparentemente – os mais inteligentes na escola; as patricinhas eram consideradas esnobes e fúteis; os esportistas e populares eram tidos como alunos que tiravam notas baixas na escola; os roqueiros e *punks* passavam a imagem de agressividade; a menina namoradeira e sexy que gostava de dançar *funk* era tida como vulgar e promiscua; o menino skatista era estereotipado como drogado, sem objetivos na vida, e despreocupado. Todas essas identidades com suas características físicas e psicológicas entre outras hoje se misturam na contemporaneidade e nos mostram que um jovem pode ser muitos. Em observações iniciais, percebemos que apesar das muitas identidades que os jovens adotam e trafegam na contemporaneidade, grande parte delas está marcada pela condição consumista, da qual fazemos breve análise a seguir.

Consumistas

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

Os *iphones* são os que fazem maior sucesso entre os jovens, pois de acordo com eles dá status e representação de poder aquisitivo. Os calçados também são muito admirados pelos alunos, pois nota-se que a maioria dos jovens preferem marcas famosas como Nike e Adidas, e há comparação entre os alunos sobre seus pertences como qual é o mais bonito, qual é o mais caro, e em suas palavras “*qual tem mais presença*”. Percebe-se que há supervalorização pelos alunos de produtos que tem alto alcance publicitário, como os acessórios da Aple e da Nike. Isso acaba por reforçar a ideia da forte influência da mídia sobre as concepções dos alunos acerca de “qualidade” e “quantidade”, discussão pertinente quando se compara os valores dos produtos em questão. Realmente há produtos mais baratos que oferecem tanta qualidade e conforto quanto os mais caros, mas para esta questão teríamos que analisar o grau de compreensão dos alunos sobre consumo consciente e a real necessidade de consumir, adentrando o campo do custo/benefício, se levar-

mos em conta as diferenças entre um aparelho celular que pode custar três ou quatro vezes mais do que outro aparelho que fornecerá praticamente os mesmos recursos. No entanto, não há espaço e não é essa a discussão que pretendemos aqui.

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

Uma das marcas identitárias encontradas mais saliente é, sem dúvida, o vestuário dos alunos. Há muitas formas de manifestação de preferência por produtos já consagrados perante a sociedade, seja através do casaco Adidas ou Nike sobre o moletom escolar, nas marcas de tênis preferidas pelos alunos, além de relógios e pulseiras para compor o *look* e ir moldando seu visual e “personalidade” e/ou identidade através destes acessórios que muitas vezes também fazem referências fortes acerca de clubes esportivos para os quais os jovens torcem, e que estão de certa forma presentes no cotidiano dos estudantes. Os fones de ouvido também se fazem muito presentes na hora do intervalo, e a troca de informações sobre o que cada integrante dos grupos gostam e não gostam. Quando se trata de discussão/troca de informações também percebe-se aspiração dos alunos para a tão esperada chegada da maioria no que diz respeito a suas próprias conquistas como a aquisição de automóveis e também da personalização dos mesmos, já que o diferencial para estes jovens são os automóveis (*naves* em sua linguagem) “rebaixados”, que segundo a maioria é sinônimo de ostentação.

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

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

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

Considerações finais

Reconhecemos que vivemos em um período pós-moderno e, que estamos – talvez – em uma fase de

transição ou reconfiguração das relações, ou seja, a constituição de uma ou de novas sociedades. Uma “sociedade do acontecimento” – lembrando que o que acontece está fora de qualquer previsibilidade –, onde tempo produtivo e tempo de lazer se confundem. Pais (*apud* STECANELA, 2010) afirma que os tempos dos jovens se entrecruzam, ou seja, as atividades de lazer – interesses voltados ao futebol ou as telenovelas, por exemplo – estão inseridos nas rotinas escolares e/ou de trabalho. Portanto, uma sociedade nas quais os indivíduos funcionam segundo a lógica do trabalho imaterial e, onde também, os espaços públicos e do cotidiano produzem seus ‘ruídos’ de vozes, seus gritos, suas reivindicações, seus gestos de exigência, suas frustrações e insatisfações, e suas heterogeneidades. Vivemos também em sociedades que são, supostamente, igualitárias. Assim, funciona-se com a suposição de igualdade social: quando isso ocorre, a única desigualdade que, de alguma maneira, pode valer como explicação é precisamente a desigualdade intelectual, a ideia de que uns indivíduos são menos bons que os outros (RANCIÈRE, 2002). Estas “novas sociedades” apresentam características renovadas, como por exemplo: cooperação entre cérebros, por meio de redes; dispositivos tecnológicos arrojados, que potencializam a captura da memória e da atenção; e processos de sujeição e de subjetivação para a formação de públicos, nos quais os novos sujeitos transitam livremente (SARAIVA; VEIGA-NETO, 2009). Neste contexto, o conhecimento torna-se ultrapassado quase no mesmo momento em que é produzido. Segundo Schöpke (2004), “são modos de vida inspirando maneiras de pensar e modos de pensar inspirando maneiras de viver”. A verdade desta população está onde ela está mudando; está em suas bordas (WILLIAMS, 2012).

Os jovens contemporâneos – que já constituem esta nova sociedade – operam seus pensamentos através da *diferença*, abandonando as lógicas modernas e sólidas que, principalmente, a quase totalidade das escolas e a grande maioria dos professores ainda seguem em busca de uma tradição que já naufragou e está ultrapassada pela nova tecnocultura. Por exemplo, Dayrell (2005) em pesquisa sobre grupos musicais nas periferias de Belo Horizonte, aponta que para a maioria dos jovens, adotar estilos funciona como um rito de passagem, com elementos simbólicos, expressos nas roupas e linguagens, constituindo uma identidade juvenil. “Como representação ou criação simbólica, a juventude é fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovens, de modo a dar significado aos seus comportamentos e atitudes” (STECANELA, 2010, p.77). Conforme defende Bauman (2013), a mistura de inspirações culturais é fonte de enriquecimento e motor da criatividade. Há uma nova linguagem e maneira de pensar em curso nas quais termos e conceitos que emergiram nas últimas duas décadas – como *backup*, *download*, *whats*, *upgrade*, *bytes*, *business*, *feedback*, *megastore*, *drive-thru*, *freelance*, *sex appeal*, ... entre outros – são utilizados para estabelecer as relações (sejam estas de qualquer ordem ou interesse; de trabalho, afetivas, econômicas, ... fugazes) hoje vinculadas a permanente atualização, como se equivalassem a *softwares* ou aplicativos. São palavras, termos, conceitos, produtos e artefatos que conduzem a juventude pós-moderna para a (des)(re)construção da sociedade contemporânea. Para os jovens, a saída tem sido a reformulação de suas culturas, sejam elas tradicionais ou não, mediante a internacionalização do consumo cultural que lhes promete o resgate da autoestima (RONSINI, 2007).

Os sujeitos lançam mão de símbolos, constituídos pelas imagens concretas por eles ostentadas (roupas, acessórios, objetos de consumo) e rituais compartilhados entre os pares (modo de falar, andar, locais que frequentam) para afirmarem o que são. Esta afirmação é sempre incompleta e parcial e, como qualquer linguagem, está sujeita a ambiguidades e equívocos. (CASTRO et al. 2006, p. 439)

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

A juventude vive experiências ainda fortemente ancoradas em instituições, como a família e a esco-

la, mas também em grupos/tribos juvenis que se organizam além das fronteiras (por alguns considerados ‘barreiras’) familiares e escolares (TOMAZETTI et al., 2014). As estruturas socioculturais exercem um papel importante na formação da autoconsciência, sendo parte integrante nos processos que tendem a excluir o *outro*, ou seja, grupos sociais e culturais que agem de acordo com critérios culturais diferentes. Este processo envolve a constituição discursiva do eu e, a localização histórica e cultural do sujeito. Sistemas simbólicos (como cidade, moda, escola, sala de aula, ...) podem ser analisados como uma espécie de código, ou seja, podem ser concebidos como uma linguagem. E nesse espaço há divergências e/ou ambiguidades pois a escola contemporânea (moldada na modernidade) ainda impõe por certas vezes uma infantilização aos alunos que não é mais deles. O tempo escolar tem se configurado para muitos jovens com um palco da impaciência ou até mesmo como uma tortura diária.

Manter-se maleável e aberto às novidades comportamentais; não fixar-se a projetos afetivos duradouros e estar disposto a abdicar de valores pessoais (que possam dificultar as margens de escolha); mover-se como se não existissem fronteiras territoriais, dentre outros elementos, pois, têm sido os critérios de construção das identidades individuais em uma cultura onde o capital desregulamenta a vida privada (OLIVEIRA; TOMAZETTI, 2012b, p.187-188)

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

Um sujeito flexível é diferente: ele é permanentemente tático. Por isso, na busca de maior eficácia para atingir seus objetivos, o sujeito flexível apresenta comportamentos adaptativos e está sempre preparado para mudar de rumo, de modo a enfrentar melhor as mudanças (VEIGA-NETO, 2008, p.147)

Os jovens apresentam configurações de identidades múltiplas, com transições da infância/adolescência para a juventude e depois para vida adulta, variáveis de acordo com o contexto social de cada um. Stecanela (2010) sistematizou algumas tipologias de transições da juventude apontadas por estudiosos que realizaram pesquisas em Portugal e na Espanha. Chama atenção que as trajetórias são similares, apesar dos contornos locais, e que podem ser observadas também por aqui. Podemos destacar as transições experimentais, antecipadas, precárias (híbridas e transitórias) e desestruturantes, que parecem se aproximar dos problemas de pesquisa com os quais estamos lidando. Fazem parte de “cronotopias”, ou seja, trajetórias que mesclam tempos e espaços pós-modernos e, onde, na contemporaneidade, os territórios em grande parte das vezes são virtuais e não definidos geograficamente. O quanto cada um será mais ou menos flexível, múltiplo, (in)controlável, imponderável, fluido e *líquido* dependerá das relações entre a sua própria subjetividade e as exigências do(s) sistema(s) no(s) qual(is) está inserido ou irá se inserir. Segundo Bauman (2013), “não somos o que os outros fazem de nós, somos o que fazemos com aquilo que os outros fazem de nós” (p.10).

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Sobre educação e juventude**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CANCLINI, N. G. **Diferentes, Desiguales y Desconectados**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004.

CASTRO, L. R.; MATTOS, A. R.; JUNCKEN, E. T.; VILLELA, H. A. M.; MONTEIRO, R. A. P. A construção da diferença: jovens na cidade e suas relações com o outro. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v.11, n.2, p. 437-447, mai./ago. 2006.

COSTA, M. V. (org.). **A educação na cultura da mídia e do consumo**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.

COSTA, M. V. Imagens do consumismo na escola: a produtividade da cultura visual. Dossiê sobre Arte, cultura visual e educação. **Revista Instrumento**, Juiz de Fora, v. 14, n. 2, p. 263-272, jul./dez. 2012.

COSTA, M. V.; MOMO, M. Sobre a “conveniência” da escola. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, v.14, n. 42, p. 521-533, set./dez. 2009.

DAYRELL, J. T. Juventude, produção cultural e Educação de Jovens e Adultos. In: SOARES, L.; GIOVANNETTI, M. A. G. C.; GOMES, N. L. (orgs.). **Diálogos na educação de jovens e adultos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. p. 53-67.

MOMO, M.; COSTA, M. V. Crianças escolares do século XXI: para se pensar uma infância pós-moderna. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo. v. 40, n. 141, p. 965-991 set./dez. 2010.

OLIVEIRA, A. M.; TOMAZETTI, E. M. Novos sujeitos no ensino médio? Reflexões acerca da subjetivação juvenil no cenário escolar contemporâneo. **Acta Scientiarum. Education**, Maringá, v. 32, n. 1, p. 127-134, 2010.

OLIVEIRA, A. M.; TOMAZETTI, E. M. Sobre a condição juvenil na escola contemporânea: cenários de uma crise. **Atos de pesquisa em Educação**, Rio Grande/RS, v.7, n.1, p.106-121, jan./abr. 2012.

OLIVEIRA, A. M.; TOMAZETTI, E. M. Quando a sociedade de consumidores vai à escola: um ensaio sobre a condição juvenil no Ensino Médio. **Educar em Revista**, Curitiba, n. 44, p. 181-200, abr./jun. 2012b.

RANCIÈRE, J. **O mestre ignorante**: cinco lições sobre a emancipação intelectual. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

RONSINI, V. M. **Mercadores de sentido**: consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SARAIVA, K.; VEIGA-NETO, A. Modernidade líquida, capitalismo cognitivo e educação contemporânea. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 34, n. 2, p.187-201, mai/ago 2009.

SARLO, B. **Cenas da vida Pós-Moderna**: Intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SCHÖPKE, R. **Por uma filosofia da diferença**: Gilles Deleuze, o pensador nômade. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: Edusp, 2004.

SILVA, T. T. **Documentos de Identidade**: uma introdução às teorias do currículo. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

STECANELA, N. **Jovens e cotidiano**: trânsitos pelas culturas juvenis e pela escola da vida. Caxias do Sul/RS: Educus, 2010.

STEINBERG, S.; KINCHELOE, J. **Cultura Infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

TOMAZETTI, E. M.; RAMOS, N. V.; SALVA, S.; OLIVEIRA, A. M.; SCHLICKMANN, V. **Os sentidos do Ensino Médio**: olhares juvenis sobre a escola contemporânea. 2 Ed. São Leopoldo: Oikos, 2014.

VAGO, T. M. Pensar a Educação Física na escola: para uma formação cultural da infância e da juventude. **Cadernos de Formação RBCE**, Campinas, v. 1, n.1, p. 25-42, set. 2009.

VEIGA-NETO, A. Crise da modernidade e inovações curriculares: da disciplina para o controle. **Sísifo, Revista de Ciências da Educação**, Lisboa, n. 7, p. 141-150 set./dez. 2008.

WILLIAMS, J. **Pós-estruturalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

Recebido em 02 de março de 2017

Aprovado em 26 de setembro de 2017