



Septiembre 2018 - ISSN: 1989-4155

IDENTIDADE E PERTENCIMENTO ENTRE JOVENS EM IDADE ESCOLAR: UMA ANÁLISE DO VÍDEO *COMO DEIXAR SEU UNIFORME MAIS ESTILOSO*

Fernada Isse¹

Mestranda (Universidade Feevale)
fernandaisse@gmail.com

Anelise Rublescki²

Universidade Feevale/
Secretaria do Planejamento Governança e Gestão /RS
anelise_sr@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Fernada Isse y Anelise Rublescki (2018): "Identidade e pertencimento entre jovens em idade escolar: uma análise do vídeo como deixar seu uniforme mais estiloso", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (septiembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/09/identidade-pertencimento-jovens.html>

Resumo

O artigo aborda questões culturais e midiáticas relacionadas à moda, imaginário social, identidade e pertencimento de jovens em idade escolar. De cunho teórico-empírico, realiza uma análise descritiva do vídeo *Como Deixar Seu Uniforme Mais Estiloso*, da *youtuber* Jana Taffarel, inserido no cenário sociocultural fortemente mediatizado da sociedade contemporânea. Evidencia que, também entre os jovens em idade escolar, os influenciadores digitais se tornaram verdadeiros formadores de opinião para a nova geração.

Palavras chave: Adolescência; grupo; identidade; mediatização; moda.

Abstract

The article addresses cultural and media issues related to fashion, social imagery, identity and belonging of school - age youth. From a theoretical-empirical point of view, he performs a descriptive analysis of the video *Como Deixar Seu Uniforme Mais Estiloso*, by *youtuber* Jana Taffarel, inserted in the strongly mediatized socio-cultural scenario of contemporary society. It also shows that, among school-age youngsters, digital influencers have also become true opinion-formers for the new generation.

Key words: Adolescence; group; identity; mediatization; fashion.

¹ Graduada em Design de Moda (UCS). Especialista em Gestão de Recursos Humanos (Fatec/UNINTER). Mestranda em Processos e Manifestações Culturais (FEEVALE). E-mail: fernandaisse@gmail.com

² Jornalista. Mestre(UFRJ) e doutora (UFRGS) em Comunicação e Informação. Pós-doutora em Comunicação midiática. Docente no PPG Processos e Manifestações Culturais, da Universidade Feevale. Assessora de Imprensa da Secretaria de Planejamento Governança e Gestão. E-mail: aneliserublescki@hotmail.com

Resumen

El artículo analiza cuestiones culturales y mediáticas relacionadas con la moda, imaginario social, identidad y pertenencia de jóvenes en edad escolar. Metodológicamente es un artículo teórico-empírico, que realiza un análisis descriptivo del vídeo *Como Deixar Seu Uniforme Mais Estiloso*, de la youtuber Jana Taffarel, insertado en el escenario sociocultural fuertemente mediático de la sociedad contemporánea. Evidencia que, entre los jóvenes en edad escolar, los influenciadores digitales se convirtieron en verdaderos formadores de opinión para la nueva generación.

Palabras clave: Adolescencia; grupo; identidad; mediatización; Moda

1. Introdução

Nas definições de Edgar Morin, o termo cultura é descrito como “um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e identificações simbólicas” (RODRIGUES, 2012, p.109). O que as palavras do autor agregam no termo cultura? Valores, sentimentos comuns, necessidades, arte, poder econômico- inseridos em uma cultura de determinada sociedade. O tema moda carrega, nas afirmações de Rodrigues (2012, p.17) uma importância sociológica e antropológica inegável dentro da sociedade atual. Suas funções são as mais diversas: comunicação, representação simbólica, contestação, proteção, mistificação, manutenção do poder, resistência, status, lazer, entre outros.

A moda comunica em vestuário e acessórios o que a sociedade não consegue dizer em palavras, e abordar seus códigos e aspectos de sua produção ajuda a explicar lógicas e significados de atores sociais, de dado contexto, recorte sócio cultural e lugar.

O mesmo ocorre com os adolescentes em ambiente escolar. Jovens sofrem influências diversas: dos pais, dos amigos, dos colegas de escola e um dos aspectos mais sensíveis é a roupa. Por um lado, há a necessidade de pertencimento, nos moldes de Maffesoli, que também pontua que “o imaginário é determinado pela ideia de fazer parte de algo” (SCHEMES; ENNES; ARAÚJO, 2013, p.56), Por outro, há a busca pela individualização. Ser parte, seguir as normas socioculturais do grupo, ser igual, mas se (a)firmar pela diferença, via vestuário.

Os pais tem que entender que a roupa é um meio de comunicação: com ela dizem-se muitas coisas e os adolescentes já se deram conta de que uma imagem vale por três mil palavras e querem usá-las para se expressar.

[...]

Alguns adolescentes usam roupas da moda e de marcas, pois sentem-se bem com esse tipo de vestuário, porém, a grande maioria utiliza esse tipo de roupa para não ser gozado pelos colegas ou para se sentirem superiores aos outros. Quando somos pequenos apenas podemos vestir a roupa que a mãe decide e conforme crescemos, as nossas opiniões tornam-se mais definidas e ambos os pais têm que chegar a um acordo com os filhos. Na adolescência sabem o que querem, e não se trata só de escolher a roupa, mas também de se afirmarem, mostrarem diferença (A MODA E SEUS PROBLEMAS, online, 2009)

A moda escolar é um espaço de ação e interação sociocultural.

No cenário atual, permeado por mediações e fortemente midiaticizado, novos ídolos surgem também entre os jovens, via internet e, assim presentes em múltiplas telas. Pessoas comuns, de acordo com sua rede de seguidores e com o aceite de suas postagens, tornam-se potencialmente influenciadores digitais. A midiaticização permite, por exemplo, que a atividade de *youtuber*, denominação da pessoa que tem um canal na plataforma de vídeos You Tube, fortaleça a busca de correspondência e identidade entre emissão e recepção, na qual os receptores são ativos e a circulação passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e de apropriação.

Jovens atores sociais se apropriam dessas situações, e – através delas -invadem o mundo do imaginário, recriando-as, revisitando-as, elaborando algo que é muito maior que as próprias informações e que tende a ser comum a uma série de pessoas pertencentes a um determinado grupo social, moldando o imaginário sobre o tema.

Para Maffesolli (2001, p.76) “imaginário é algo que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo. O imaginário pós-moderno, por exemplo, reflete o que chamo de tribalismo. (...) Pode-se falar em “meu” ou “teu” imaginário, mas, quando se examina a situação de quem fala assim, vê-se que o “seu” imaginário corresponde ao imaginário de um grupo no qual se encontra inserido”. Em diálogo com as autoras, essa semelhança não é coincidência, uma vez que os fatos, desejos, sonhos, são comuns ao grupo. O que importa do imaginário é esta possibilidade dele “pertencer”, representar o grupo, denominando-se de coletivo.

O artigo analisa o vídeo *Como Deixar Seu uniforme Mais Estiloso* (duração de 09 minutos e 14 segundos - 24 de janeiro de 2018), da influenciadora digital Jana Taffarel, 26 anos, residente na cidade de Camboriú-SC (Brasil), graduada em administração de empresas, que recomenda a melhor maneira de se chegar ao primeiro dia de aula.

A escolha entre outras influenciadoras digitais famosas no Brasil decorre da quantidade de acessos e visualizações via internet do vídeo, com 340.001 visualizações (em 21.06.2018), 6.036 comentários e três milhões e quatrocentos mil inscritos em seu canal.

De cunho teórico empírico, foi desenvolvido por revisão bibliográfica e estudo de caso.

2. *Como Deixar Seu uniforme Mais Estiloso: análise*

Jovial, articulada e carismática diante da câmera, situada em um ambiente que parece ser um quarto típico de uma adolescente de classe média, com decoração em tons claros e elementos como luzes pisca- pisca de lâmpadas de led, porta-retratos sobre uma prateleira, almofadas, unicórnio de pelúcia sobre a cama de solteira e papel de parede em tons suaves, ao fundo, como recurso de som, o sucesso dançante da década de 1990 “*The rhythm of the night*” (o ritmo da noite), da cantora Corona.

O vídeo apresenta uso de recursos de edição, iluminação e animação em nível profissional. Ela se comporta de forma despojada e, no vídeo em análise, a *youtuber* surge em cena segurando um gato de estimação com o qual brinca por quase um minuto antes de entrar na pauta. Jana Taffarel começa sua comunicação de forma descontraída, dançando e pulando

diante da câmera e nesse “clima” vai apresentando suas dicas utilizando diferentes recursos para se tornar interessante e manter a atenção de quem assiste.

Figura 1- A *youtuber* Jana Taffarel, envolta por produtos que usa na explanação.



Fonte: You Tube

Com os cabelos no rosto, maquiagem elaborada, vestindo uma regata preta simples e adornos de pescoço da mesma cor, Jana Taffarel explana sobre vídeos anteriores para que o público também os assista e “curta”.

Em seu canal pode-se assistir abordagens de uma grande variedade de temas com títulos como “*O Pedido de Namoro Mais Fofo*”, “*Se Arrume Comigo Para Ir Ao Cinema*” e ainda, o que ela intitula como uma Web Série, “*Como Sobreviver Na Escola*”, todos voltados ao público adolescente e que atingem quantidades muito significativas de visualizações.

Ao iniciar a pauta, ela propõe, de forma eufórica e com frases intensas como “dicas incríveis para você arrasar no primeiro dia de aula”, “para aquele gatinho reparar em você”, “para você ficar estilosa e maravilhosa no colégio”. Por fim, argumenta com a questão “sabemos que o mais importante na escola é estudar, não sabemos?” Mas logo, como num ato libertador, anuncia o vídeo voltado às suas propostas de moda, que prometem transformar seu uniforme para que “você fique diva”, “maravilhosa”.

Nas afirmativas de Braga (2012), com a midiatização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade, principalmente quando se trata de um público como o adolescente, que se encontra imerso na busca por experimentação, novidades, tecnologia e consumo.

Mídia de si mesmo, o corpo procura divulgar aspectos e características do que somos, do que podemos vir a ser, segundo o que é valorizado frente a um

determinado grupo social. O objetivo primeiro é capturar o olhar do Outro, por meio da divulgação de mensagens constituídas por infinitos discursos possíveis ao corpo enquanto mídia primária da comunicação. Com o passar do tempo, a gestualidade inerente ao corpo, comunicação primordial, torna-se cada vez mais sofisticada e encontra na decoração corpórea (pintura, escarificação, deformação, etc.) bem como no adorno e no vestuário, fortes aliados, capacitados a fornecerem por intermédio do sistema não-verbal um grande número de informações (CASTILHO; GARCIA p.84, 2006) .

A partir dessas percepções sucessivas no entendimento das relações diretas entre produtor e receptor, importa o fato de que este último faz seguir adiante as reações ao que recebe.

Isso decorre não apenas da presença de novos meios, mas também de que os produtos circulantes da “mídia de massa” são retomados em outros ambientes, que ultrapassam a situação de recepção (o espectador diante da tela).

Ao propor suas ideias para a estilização do uso do uniforme escolar, Jana Taffarel explica no vídeo *Como Deixar Seu uniforme Mais Estiloso* (duração de 09 minutos e 14 segundos) que vai usar como base uma camiseta branca e uma calça jeans escura, correspondentes ao uniforme escolar de uma “seguidora” do seu canal, pois o que vale são as adaptações e os acessórios que serão usados nos “looks” que ficarão “transformados”, “com os pequenos detalhes que você vai amar”, aponta, indicando as quatro propostas que virão a seguir.

Para Sygmunt Bauman (2003) a cultura plenamente abrangente de nossos dias exige que se adquira a aptidão para mudar de identidade (ou pelo menos sua manifestação pública) com tanta frequência, rapidez e eficiência quanto se muda de camisa ou de meias. Por um preço módico, ou nem tanto, o mercado de consumo vai ajudá-lo na aquisição dessas habilidades, em obediência à recomendação da cultura.

A moda modifica nossos modos de estar no mundo e as interações sociais, como explicam Castilho e Garcia (2006), desempenhando um papel favorável ao desenvolvimento das dinâmicas específicas da comunicação entre indivíduos e grupos sociais. O consumo de moda sobrevive da busca de referências e citações, ou seja, da transferência de significados do mundo para a moda.

Segundo Schemes, Silva e Araújo (2013, p.50) existe também a característica do pertencimento, em que neste contexto as transformações da realidade social adquirem contornos coletivos, onde o indivíduo passa a ser percebido e inserido em estruturas sociais mais amplas, sendo membro de um sistema mais ampliado, ou seja, de um grupo. Propõem que uma realidade social nunca é apreendida de forma pura, sempre é apropriada e simbolizada, consciente ou inconscientemente, pelos grupos que dela se aproximam. Bronislaw Baczko (1985) nos estudos sobre imaginário social afirma que

A potência unificadora dos imaginários sociais é assegurada pela fusão entre verdade e normatividade, informações e valores, que se opera no e por meio do simbolismo. Com efeito, o imaginário social

informa acerca da realidade, ao mesmo tempo que constitui um apelo a ação, um apelo a comportar-se de determinada maneira. Esquema de interpretação, mas também de valorização, o dispositivo imaginário suscita a adesão a um sistema de valores e intervém eficazmente nos processos da sua interiorização pelos indivíduos, modelando os comportamentos, capturando as energias e, em caso de necessidade, arrastando os indivíduos para uma ação comum. Por exemplo, as representações (BACZKO,1985, p.298).

Quando em um outro ambiente, este externo, porém não escolar, os “looks para ir à escola” são apresentados de forma ilustrativa, a voz da *youtuber* Jana Taffarel nesse momento é uma narração fora de cena, sempre com muita convicção e aparente propriedade, onde ela explica e mostra suas propostas no mesmo tom de euforia. Esses cenários que Semprini (1995) apud Castilho e Garcia (2006) denomina “mundos possíveis”, são construções fundamentadas em marcas sobre as quais são investidos valores por parte do consumidor. Nesses valores, o consumidor projeta-se e descobre-se diferente daquele eu no qual sua rotina o havia convertido, promovendo um verdadeiro escambo de significados e significações e acelerando o processo comunicativo. Ao encontro as definições de Baczko

Quanto mais não seja pela sua repetição, os lugares-comuns impõem-se como outras tantas evidências. A carreira recente dos termos que nos interessam aqui está sem dúvida ligada ao fato de terem sido postas em causa certas “evidências”, Será que a moda vai durar muito tempo? Tratar-se-á apenas de uma moda? É demasiado arriscado avançar um prognóstico. Qualquer moda é, por definição, um fenómeno passageiro (BACZKO,1985, p.298).

Ao exprimir seus desejos e aflições através do vestuário, e ao buscar referenciais midiáticos para tanto, os jovens abrem um novo paradigma de valores, intenções e vontades. Explicando o fato de a adolescência cavar esse espaço na sociedade moderna, Morin (1987, p16), salienta: “encontra (a juventude), contudo, na cultura, um sentido estético-lúdico que se adapta ao seu niilismo, uma afirmação de valores privados que corresponde ao seu individualismo, e a aventura imaginária, que mantém sem saciá-la, sua necessidade de aventura”.

No exemplo do vídeo em questão, a *youtuber* aparece propondo como opção nº1 o uso do tênis de uma marca conhecida pelos jovens e adolescentes de classe média, a americana *Vans*, mas argumenta que pode ser “qualquer um que você tenha em casa”, camisa jeans amarrada na cintura, “porque fica muito estiloso”, e dá destaque para o uso de bandana –lenço de algodão na cor vermelha, nos cabelos, que promete “transformar o look e deixa-lo cheio de estilo” e “brinquinhos bonitinhos”, em cristal ou material semelhante, mas sem muito destaque, nas orelhas.

Como opção nº2 a escolha é por sandálias de solado emborrachado alto, que argumenta serem estilosas e confortáveis “para arrasar na escola”. Afirma ainda, e em tom despojado, que “você pode dobrar a barra da calça”, usar também bolsa à tiracolo, “brincão” e pulseiras. “Ótimo para quando não tem educação física”. Ela continua, na opção nº3 e

descreve tênis estampado “de oncinha”, bolsa em camurça com franjas e colete, que é a peça que “vale muito a pena”. Na opção nº4, tênis branco porque “eu amo demais” e “você pode montar milhões de looks”, dando uma ideia de versatilidade ao acessório, jaqueta jeans com “muito brilho” sobre os ombros, boné branco que “vai transformar seu look” e mochila azul “muito fofinha”.

Finaliza o vídeo incentivando o uso de peças e acessórios, penteados e maquiagem para incrementar o uniforme, já que “vocês não podem mudar, né?” (Referindo-se a obrigatoriedade do uso do uniforme escolar pelas escolas brasileiras). Despede-se do público agradecendo as “views” (Visualizações) e “likes” (Curtidas), ainda pedindo por mais curtidas.

Guiada pelo impulso de ser diferente, de escapar da multidão e da rotina competitiva, a busca em massa da última moda (do próprio momento) logo faz com que as atuais marcas de distinção se tornem comuns, vulgares e triviais; mesmo o menor lapso de atenção ou até uma redução momentânea da velocidade da prestidigitação podem produzir efeitos opostos aos pretendidos: a perda da individualidade. Hoje, os símbolos de “estar na vanguarda” devem ser adquiridos depressa, enquanto os de ontem, da mesma forma, devem ser confinados à pilha de refugos. A regra de ficar de olho naquilo “que já saiu de moda” deve ser observada tão conscienciosamente quanto a obrigação de permanecer no topo do que é (neste momento) novo e atual (BAUMAN,2003 p.18).

A busca pela individualidade corre paralela à necessidade de integração social e parece levar em conta a afirmação de Cyrulnik (1997) apud Castilho e Garcia (2006) quando diz que “de uma maneira geral aquele que carrega as significações mais cativantes é um outro (entendido como) da mesma espécie”. As novidades usadas e recomendadas como algo de muito interessante são, segundo a *youtuber*, “são dicas para a vida escolar”. Ao apontar sobre questões que norteiam o pertencimento, Maffesolli (2001) constata que o imaginário de um indivíduo é muito pouco individual, sendo, sobretudo, grupal, comunitário, tribal e partilhado.

Na maior parte do tempo, o imaginário dito individual reflete, no plano sexual, musical, artístico, esportivo, o imaginário de um grupo. O imaginário é determinado pela ideia de fazer parte de algo. Para Schemes, Silva e Araújo (2013, p.50) “as representações que constituem o imaginário social se baseiam em elementos da realidade concreta, dando a estes um significado a partir de seus desejos e necessidades conscientes e inconscientes dos grupos envolvidos”.

O desejo de permanência, de vida, de ser percebido, de ser visto, de estar presente e seus desdobramentos que se caracterizam pelo avanço da arte, da comunicação e da tecnologia humana, nos faz perceber a incidência crescente da extensão do corpo e os novos significados que este adquire em representações em suportes outros; no intento de confirmar-se como público, pertencente a uma estrutura coletiva, no fazer publicidade de si mesmo, na divulgação e propagação de seu ser e na procura de permanecer e ampliar seus limites e penetração, seduzindo o olhar e a atenção do outro, fazendo –se ver e confirmando o que é, o lugar que ocupa hierarquicamente suas realizações que são reatualizadas permanentemente pelo ser visto, lembrado,

ampliando assim, as possibilidades de pertencimento, desafiando a própria morte, tempo biológico da vida (CASTILHO, GARCIA p.88, 2006).

Do aconchego dos seus lares ou de onde estiverem com seus aparelhos portáteis, os consumidores interagem com o que assistiram, se veem próximos dos “deuses” mitificados pelo acesso antes restrito ao “*planeta fashion*”, via internet. A aproximação permitida através dos comentários nos canais do You Tube ou sites similares, fomenta os seguidores a criar vínculos e disferir elogios como “Adorei as dicas, você arrasa!” ou “Os olhos da Jana estavam bem irritados nesse vídeo” sugerindo intimidade com a youtuber, ou críticas como “Gente por favor, ‘não vai’ de salto pra escola, não ‘paguem esse mico”, aos quais a youtuber, quando possível, responde com poucas palavras, “Emojis” (ideogramas e smileys usados em mensagens eletrônicas e páginas da web) em forma de coração ou um simples “like” (curti).

3. Considerações finais

No ambiente digital e midiaticado, o consumidor – inclusive o jovem, em idade escolar - passou a buscar informações de seu interesse e selecionar os conteúdos mais relevantes para si. De acordo com o Google Insights, 70% dos adolescentes que acessam o Youtube se conectam mais com influenciadores do que com celebridades.

A mídia – quer do *mainstream*, quer alternativa via YouTube, por exemplo, é uma das fortes formadoras de opinião na sociedade, atuando em múltiplas esferas e influenciando comportamentos.

No caso do bem cultural observado, o vídeo *Como Deixar Seu uniforme Mais Estiloso*, a youtuber Jana Taffarel propõe, em um curto espaço de tempo, interferir no cotidiano e no espaço escolar sem questionar padrões ou normas com os quais as alunas e alunos devem estar comprometidos em tal ambiente. Como nos demais vídeos da youtuber, o altíssimo índice de visualizações sinaliza a aceitação dos receptores.

No mercado brasileiro, observa-se que também entre os jovens em idade escolar, os influenciadores digitais conquistaram espaço na mídia e, atualmente, além de ditar tendências, se tornaram verdadeiros formadores de opinião para a nova geração.

Referências

- A MODA E SEUS PROBLEMAS. Blog. A Moda na Adolescência. 2009. Disponível em: < <https://amodaeoseusproblemas.blogs.sapo.pt/550.html> >. Acesso em 6 ago 2018.
- BACZKO, Bronislaw. *A imaginação social* In: Leach, Edmund et Alii. **Anthropos-Homem**. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.
- BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. São Paulo: Zahar, 2013.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos Versus Campos Sociais. In: JUNIOR, Jader J., MATTOS, Maria Ângela, JACKS, Nilda. (Orgs). **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012; Brasília: Compós: 2012. P.31-52
- CASTILHO, Kathia; GARCIA, Carol. A Vida Publicitária do Corpo: moda e marketing. In: CASTILHO, Kathia; VILLAÇA, Nizia. (Orgs). **Plugados na moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006. P.83-94
- MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade**. (Entrevista) In: Revista FAMECOS • Porto Alegre • nº 15 • agosto 2001.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo I-neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- RODRIGUES, Daniel. **Anarquia na passarela: a influência do Movimento Punk nas coleções de moda**. Porto Alegre: Dublinese, 2012.
- SCHEMES C.; SILVA, C. E. da; ARAUJO, D. C. de. **A ressignificação do uniforme escolar na contemporaneidade: identidade e representação**. Cadernos do Tempo Presente, n.13, jul./set. 2013, p. 49-59.
- TAFFAREL, Jana. Como Deixar Seu uniforme Mais Estiloso. 2018. (09m14s). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=WNDM_rUJqdA. Acesso em: 21 de junho 2018.