

O perfil do jovem pós-moderno na cidade de Santa Maria -Rio Grande do Sul-Brasil¹

Elsbeth Léia Spode Becker²; Vanilson Pereira Silveira³

Resumo

A sociedade está em constante mudança e o fluxo de informações e inovações é rápido e contínuo, gerando transformações políticas, econômicas, sociais, tecnológicas e educacionais. As mudanças na sociedade influem na vida dos indivíduos e trazem novos paradigmas nas ciências e desafios para a transposição crítica e complexa dos conhecimentos. O tema desse estudo é a dinâmica da sociedade com suas múltiplas interações, especialmente cultural, de modo a problematizar o pós-moderno e refletir a condição e o perfil do jovem na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Destacou-se a insegurança e a preferência dos jovens santa-marienses que, relacionado com as características da pós-modernidade descritas, especialmente, em Enzenberger (2005), Bauman (2007), Rojas (2008), permitiu traçar o perfil do jovem pós-moderno santamariense e indicar algumas pistas de ação para os profissionais do ensino básico. O método quali-quantitativo assegurou a comunicação dos pesquisadores em campo como parte explícita da produção do conhecimento. O instrumento de pesquisa contou com 40 questões abertas e fechadas e aplicado em um universo amostral de 500 jovens com idades entre 15 e 28 anos. Constatou-se que o jovem santa-mariense apresenta as características presentes nas 'ideologias' da pós-modernidade como: materialismo, hedonismo, permissivismo, relativismo, consumismo e nihilismo.

Palavras-chave: novos valores; ensino; pós-modernidade.

Eixo temático: Población, géneros e identidades culturales.

El perfil del joven posmoderno en la ciudad de Santa Maria – Rio Grande do Sul – Brasil

Resumen

La sociedad está en constante cambio y el flujo de informaciones e innovaciones es rápido y continuo, generando transformaciones políticas,

¹ Trabalho de Iniciação Científica – Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão/UNIFRA. Apresentado no Eixo Temático – *Población, géneros e identidades culturales* do XIII EGAL, Encontro de Geógrafos da América Latina – 2011 – San José – Costa Rica.

² Geógrafa – Professora adjunta do Curso de Geografia do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA. elsbeth.geo@gmail.com.

³ Bolsista e acadêmico do Curso de Turismo do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA.

económicas, sociales, tecnológicas y educacionales. Esos cambios influyen en la vida de los individuos y traen nuevos paradigmas en las ciencias y desafíos para la transposición crítica y compleja de los conocimientos. El tema de su estudio es la dinámica de la sociedad con sus múltiples interacciones, especialmente cultural, de modo a problematizar el posmoderno y reflejar la condición y el perfil del joven en la ciudad de Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Se destacó la inseguridad y la preferencia de los jóvenes santamariense que relacionado con sus características de la posmodernidad descritas, especialmente, en Enzenberger (2005), Bauman (2007), Rojas (2008), permitió trazar el perfil del joven posmoderno santamariense y apuntar algunas pistas de acción para los profesionales de la enseñanza básica. El método cuali-cuantitativo aseguró la comunicación de los investigadores en campo como parte explícita de la producción del conocimiento. El instrumento de pesquisa contó con 40 cuestiones abiertas y cerradas y aplicado en un universo de muestra de 500 jóvenes con edades entre 15 y 28 años. Se constató que el joven santamariense presenta las características presentes en las 'ideologías' de la posmodernidad como: materialismo, hedonismo, permisivismo, relativismo, consumismo e hilitismo.

Palabra-clave: nuevos valores; enseñanza; posmodernidad.

Introdução

As principais características da modernidade líquida, segundo Bauman (2007, 2005, 2000, 1998) são desapego, provisoriedade e acelerado processo da individualização; tempo de liberdade, ao mesmo tempo, de insegurança. Esse contexto pode ser definido pela palavra alemã *Unsicherheit* que significa: falta de segurança, ausência de certeza e de garantia.

A vida e a teia das relações sociais, nesse cenário, criam novos valores e novas culturas. Na descrição de Debord (1997, p. 175) a atual sociedade é a 'sociedade do espetáculo' que se caracteriza "*pela combinação de cinco aspectos principais: a incessante renovação tecnológica, a fusão econômica-estatal, o segredo generalizado, a mentira sem contestação e o presente perpétuo*".

Segundo Rojas (2008), vale observar outros aspectos das relações sociais atuais em que o homem vive o individualismo ao extremo e um realismo consorte, no qual vê o que quer e interpreta a realidade de forma particular, acomodando-a a seus planos e preferências. Vive de acordo com o que lhe agrada e se isola daquilo que não lhe apetece.

A partir de algumas das características mais evidentes no contexto social da pós-modernidade pretende-se observar e descrever o perfil da população jovem da cidade de Santa Maria.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010), o município abriga 2,5% da população gaúcha e, no universo da população de Santa Maria a população jovem é expressiva (quadro1).

Quadro 1: População de Santa Maria por faixa etária

Faixa etária	População masculina	População feminina	Total	%
0 - 4	9.950	9653	19.603	8.06
5 - 9	10.087	10.001	20.088	8.26
10 - 14	10.578	10.296	20.874	8.57
15 - 19	11.901	12.099	24.000	9.85
20 - 24	10.997	10.928	21.925	9.01
25 - 29	9.397	9.430	18.827	7.72
30 - 34	8.726	9.375	18.101	7.42
35 - 39	9.369	10.408	19.777	8.14
40 - 44	8.057	9.534	17.591	7.24
45 - 49	6.558	7.990	14.548	5.99
50 - 54	5.590	6.806	12.396	5.09
55 - 59	4.169	5.189	9.358	3.84
60 - 64	3.869	4.505	8.374	3.45
65 - 69	2.580	3.643	6.223	2.56
70 - 74	1.769	2.943	4.712	1.94
75 - 79	1.349	2.455	3.804	1.56
80 - 84	583	1.328	1.911	0.79
85 - 89	306	621	927	0.39
90 - 94	68	124	192	0.08
95 - 99	12	80	92	0.04
Total	115.915	127.408	243.323	100

Fonte: IBGE (2010)

Além da população permanente da cidade de Santa Maria apresentar expressividade da faixa etária jovem entre 15 e 29 anos (26,58%), a cidade é local de aporte temporário de milhares de jovens oriundos de diferentes locais do estado, do país e do estrangeiro que buscam obter uma qualificação profissional nas escolas técnicas, uma graduação e uma pós-graduação nas várias universidades existentes na cidade. Santa Maria é conhecida como 'Cidade Cultura' já que grande parte dos investimentos, comércio e geração de empregos decorre do setor terciário, especialmente, da educação.

A concentração geográfica de um contingente expressivo de jovens, fixo e flutuante, aliado as facilidades tecnológicas de comunicação instantânea e de custo acessível, favorecem diferentes visões de mundo.

É nesse contexto que as vanguardas pós-modernas ganham espaço e facilidades em liderar mudanças, pois o que antes era um desejo moderno, torna-se rapidamente uma obrigação na pós-modernidade. As populações jovens são suscetíveis às mudanças e, por vezes, até vulneráveis a elas e nem chegam a pensar em "por que mudar", somente sabem que o movimento, a atualização são fundamentais para que o sujeito tente evitar ficar para trás, e até mesmo evitar "ser excluído".

Diante disso, pretende-se contribuir positivamente na reflexão das perspectivas da atual condição juvenil diante da eminência à passagem da adolescência para a vida adulta em meio a complexidade de profundas mudanças nas relações sociais. Este estudo faz considerações sobre a condição e o perfil do jovem na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil.

Revisão de literatura

A pós-modernidade, caracterizada pelo forte apelo consumista e pela reestruturação da vida social, baseada no "ter" em detrimento do "ser", rompeu fronteiras até então guarnecidas pela modernidade. O pós-moderno engendrou transformações políticas, econômicas, sociais e culturais, como também trouxe mudanças na vida individual, de cada membro da sociedade, ou seja, o "eu" sujeito individual. Tendo em vista, que a formação desse sujeito, está ligado também a sua identidade, um processo que inicia da infância e permanece, durante a fase adulta, visto que na sociedade pós-moderna ela

está, sempre “em processo”, sempre “sendo transformada”, dessa forma emerge diante das relações sociais que o indivíduo tem, com os demais atores sociais e concepção de si próprio como sujeito integrado na mesma (HALL, 2004).

Nessa premissa, a identidade é algo formado gradualmente e parcialmente, um processo que se inicia quando criança e permanece na grande maioria das vezes, durante a fase adulta. A identidade, portanto, está fortemente vinculada com as experiências e frustrações que o indivíduo pós-moderno traz em sua vida, visto que, diante de um mundo cada vez mais globalizado, é necessário assumir diferentes condutas, diante das mais diversas situações que se apresentam.

Para o indivíduo pós-moderno, a sociedade, nada mais é, do que um “palco”, onde os “atores” assumem diferentes papéis, diante de cada situação, em que protagonista e figurantes, ensaiam a peça chamada de pós-modernidade.

Em seu livro, *Modernidade Líquida*, Zygmunt Bauman (2001, p.91) expõe sua visão sobre a busca da identidade em que “a busca da identidade é algo incessante de deter ou tornar mais lento o fluxo de solidificar o fluido, de dar forma ao disforme”. Esse autor interpreta a sociedade pós-moderna como sendo líquida e fluída, em que as sucessões de eventos e as transformações ocorridas na mesma, se dão de forma a tornar os indivíduos superficiais em que valoriza-se mais a velocidade do que a duração dos fatos.

Dessa forma o indivíduo pós-moderno assume diferentes feições, dependendo do cenário em que o mesmo se insere. Sua ideologia é de um sujeito fragmentado e pluralizado. Seu cotidiano é cercado de informações, existindo a necessidade de se manter conectado, tudo é suave e ligeiro. Vivendo para si, para o seu prazer. Dessa forma, acentua-se, dentre outras características, o caráter de individualismo e de necessidade de somente pensar em si, tendo em vista que os mesmos estão inseridos, segundo Zygmunt Bauman, na sociedade da “liquidez”.

Nesse contexto, Bauman (2007, p.8) trata a vida desses sujeitos pós-modernos como sendo “líquida” em que define vida líquida como “*uma vida precária, vivida em condições de incerteza constante.*”

Featherstone (1997, p. 24) analisa que *“a constante oferta de novos bens, desejáveis e na moda, ou a usurpação de bens requintados por uma classe mais baixa leva aqueles que pertencem a camada superior a ter de investir em novos bens a fim de restabelecer a distância social original”*. Nesse processo se verificou algumas ideologias que servem para definir o homem pós-moderno. Barth (2007) descreveu algumas dessas ideologias presentes na vida do homem pós-moderno e que podem ser consideradas “marcas registradas” do homem pós-moderno: materialismo, hedonismo, permissivismo, relativismo, consumismo e nihilismo.

Na esteira da análise de Barth (2007), pode-se inferir que as evidências do aparecimento de novos comportamentos em sociedade podem investir no surgimento de uma nova cultura, composta de uma nova linguagem, de uma nova simbologia e de novos paradigmas. O novo estilo de vida, individual e em sociedade, condicionará, também, um novo homem e um novo mundo. Este contexto revela uma situação única, desafiante e, talvez, inovadora para a estruturação das relações sociais.

Metodologia

O referencial teórico desvelou as características da pós-modernidade descritas, especialmente, em Enzenberger (2005), Bauman (2007), Rojas (2008) e auxiliou, também, na elaboração do instrumento de pesquisa com 40 questões abertas e fechadas.

O universo amostral foi constituído de 500 jovens com idades entre 15 e 28 anos, oriundos de diferentes grupos sociais, de estudantes de instituições públicas e privadas do Ensino Médio, do superior e de jovens trabalhadores. A maioria dos instrumentos de pesquisa foi aplicada nas escolas e nas universidades, com a presença dos pesquisadores. Outros foram aplicados na rua e em locais de encontro de jovens.

A juventude é uma fase da vida também denominada de mocidade e de adolescência. Já é considerável o número de países que abandonaram o conceito de juventude circunscrito à faixa etária de 15 a 24 anos⁴

⁴ Para maiores detalhes ver: Pedrazzini, Y. at. Al. (1994) *Jeunes en revolte ET changement social*. Paris, l'Harmattan; Boudier, A. at al. (1995) *“Analyse statistique de la situations d-es jeunes em Europe”*. Paris, La revue de l'Ires, 12.

(POCHMANN, 2004). O autor parte do pressuposto de que a tradicional transição da adolescência para a fase adulta, estimada em nove anos, passa a ser cada vez mais insuficiente para dar conta da crescente complexidade do tradicional ciclo de vida (bebê, infância, adolescência, juventude, vida adulta e velhice).

Pochmann (2004) considera que, talvez, essa definição foi adequada cem anos atrás, quando a expectativa de vida ao nascer encontrava-se um pouco acima de trinta anos, a faixa etária de 15 a 24 anos poderia indicar precisamente um período de tempo compatível com a idéia de transitoriedade que marca a condição juvenil. Atualmente, no segundo decênio do século XXI, quando a expectativa média de vida encontra-se ao redor dos 70 anos no Brasil, torna-se fundamental identificar que houve o alargamento da faixa etária circunscrita à juventude para algo entre 16 e 34 anos de idade.

A faixa etária entre 15 e 28 anos é considerada adequada para este estudo uma vez que retrata os saberes do *ser jovem* no enfoque biopsicológico na transitoriedade da adolescência para a fase adulta e no enfoque sociocultural que evidencia o vocabulário próprio, acompanhado de gostos específicos no vestir, relacionamento em grupo, namoro, dança, música, entre outras medidas sempre em modificação.

A metodologia utilizada foi quali-quantitativa. O método qualitativo serviu para a análise dos dados que, segundo Minayo (2008, p. 21) “*responde a questões muito particulares. [...] trabalha com um universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes*”, enquanto que o quantitativo auxiliou na tabulação dos dados.

Recorte espacial da pesquisa

O município de Santa Maria localiza-se na região central do estado do Rio Grande do Sul, Brasil (figura 1). Segundo o IBGE (2010) tem 243.323 habitantes, abrange uma área de 1.779,56 Km² e apresenta uma densidade demográfica de 146 hab/km². A expectativa de vida ao nascer em Santa Maria em 2010 é de 74 anos.

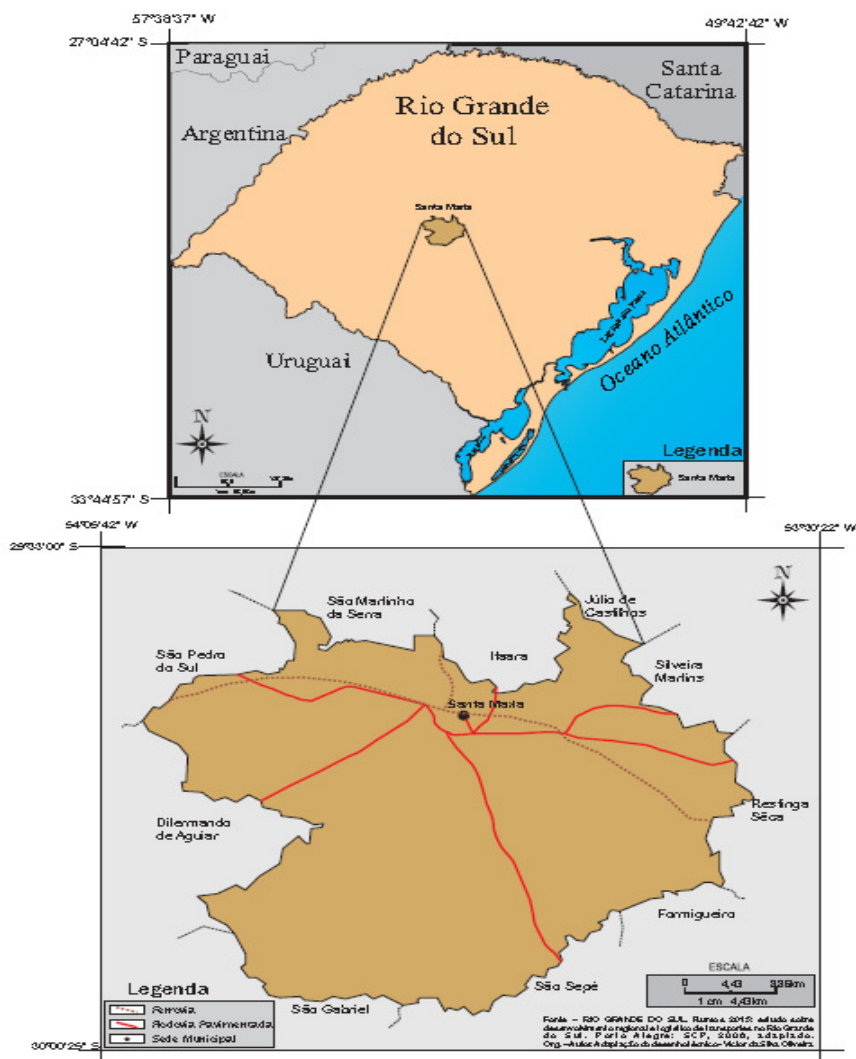


Figura 1 – Mapa do Rio Grande do Sul, Brasil e a localização geográfica do município de Santa Maria.
 Fonte: Viero, Lia Margot Dornelles. Atlas municipal de Santa Maria (adaptado).

A cidade de Santa Maria é considerada de porte médio e de grande influência na região central do estado. É a 5ª cidade mais populosa do Rio Grande do Sul e, isoladamente, a maior da região centro-sul. As funções urbanas terciárias absorvem mais de 80% da população ativa da cidade, salientando-se principalmente o setor ocupado em atividade comercial e educacional. Ainda no aspecto funcional da cidade, aparece em segundo lugar o setor primário (agropecuário) e em terceiro lugar, o setor secundário, que no geral são indústrias de pequeno e médio porte, voltadas principalmente para o beneficiamento de produtos agrícolas, metalurgia, mobiliários, calçados e de laticínios.

Resultados e discussão

Ao longo do ciclo da vida humana, a juventude tem sido identificada como uma fase etária intermediária, de transição da adolescência para a vida adulta. Nos últimos anos do século XX e início do século XXI, devido a sua complexidade e das mudanças sociais do período técnico-científico, essa faixa etária, geralmente de dependência econômica, associada à formação e, também, uma etapa próxima da constituição profissional própria, vem deixando de ser um espaço de vida privada para se tornar em agenda de discussão em escolas e órgãos públicos.

O componente etário que marca a juventude está, portanto, condicionado a situações biopsicológicas e socioculturais temporárias e provisórias de identificação, com legitimação e representação próprias. Para alguns⁵, entretanto, tal concepção revelaria tanto uma concepção etapista do ciclo da vida como um comportamento desviante do sujeito na evolução da sociedade.

Por isso mesmo, segundo Pochmann (2004), torna-se simplificada demais a identificação da condição juvenil tão-somente pelo critério etário. Justamente porque na fase tipicamente transitória da juventude encontra-se identificada por uma determinação cultural no interior de cada sociedade, para além dos limites marcadamente fisiológicos⁶.

Além disso, torna-se imperativo considerar as rápidas mudanças na sociedade, promovidas pela informação, pela técnica e pela ciência e o jovem de hoje está inserido em um ambiente totalmente novo e em mudança constante em que novidades vem e passam em velocidade acelerada.

Desse modo, é iminente que todos esses componentes tendem a influenciar a vida dos seres humanos. Transformações fisiológicas, alterações culturais e sociais e mudanças técnicas repercutem direta e indiretamente sobre a condição do jovem, como procura se analisar no jovem santamariense.

⁵ Sobre isso ver mais em Melucci, A. (1997), "Juventude, tempo e movimentos sociais". Revista Brasileira de Educação. São Paulo, número especial, p. 5-14; M. Sposito (1997), "Estudos sobre juventude em educação". Revista Brasileira de Educação. São Paulo, número especial, p. 37-52.

⁶ Ver mais em Zucchetti, D. (2003), *Jovens*. Novo Hamburgo: FEEVALE; Balandier, G. (1997) *A desordem*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil; Waiselfisz, J. (2004) *Relatório de desenvolvimento juvenil*. Brasília. Unesco.

Os jovens respondentes com faixa etária entre 15 e 28 anos distribuem-se da seguinte forma: entre 15 a 18 anos (76,6%); entre 19 a 24 anos (17,4%) e entre 25 a 18 anos (6%).

A maioria dos respondentes é estudante (96,6%) e apenas uma pequena parcela possui algum vínculo empregatício (3,2%) e participa da População Economicamente Ativa (PEA). A maior parte dos jovens estudantes está cursando o Ensino Médio Incompleto (85,4%). E os demais pesquisados estão no Ensino Superior Incompleto (10,8%); no Ensino Superior Completo (3,2%); e no Ensino Médio Completo (0,6%).

Esses dados refletem, em síntese, a postergação da inatividade juvenil e possibilita a ampliação da escolaridade e a melhor preparação para o ingresso no mercado de trabalho o mais tardiamente possível.

A diversidade juvenil identificada na sociedade da informação e numa sociedade de classes evidencia um retrato do modo de ser jovem na cidade de Santa Maria. Em relação às horas que descansa (dorme) têm-se aqueles que dormem no mínimo 8 horas (32%); aqueles que dormem menos de 8 horas (25,6%); os que dormem mais de 8 horas (23,4%); e aqueles que dizem dormir apenas quando tem tempo (19%).

Os jovens gostam de festas, independente de classes sociais ou do ano escolar. Não há uma predileção quanto ao tipo de festa e a maioria afirma que tanto faz o tipo de festa que frequenta, desde que seja festa (54,4%); há aqueles, no entanto, que dizem preferir as festas universitárias (18%); outros indicam as festas alternativas (14,6%); e outros, ainda, apontam as festas eletrônicas (13%) como sendo as preferidas.

A bebida alcoólica é a droga mais consumida no Brasil e é a que tem o maior número de dependentes. De acordo com pesquisa realizada pelo NIDA (Instituto Nacional de Abuso de Drogas), um em cada 20 jovens, entre 15 e 17 anos bebem bebidas alcoólicas. No entanto, entre os jovens respondentes somente uma pequena parte confirmou essa tendência nacional e afirmaram que consomem bebida alcoólica diariamente (7,2%); outros confirmaram que consomem esse tipo de bebida três vezes por semana (17,6%); outros ainda disseram que bebem bebida com teor alcoólico sempre que podem (23,6%); e a maior parcela dos respondentes afirmou que não bebe bebida alcoólica (51,6%).

Por outro lado, quando o assunto é “balada⁷”, todos afirmam que frequentam as “baladas” e gostam de sair à noite. Quando saem na “balada” tem em mente se divertir e “ficar” (13,8%); outros assumem que querem encontrar alguém para namorar (6,6%); outros, ainda, pensam em curtir todas as situações (44%); e uma parcela não sabe ou apenas quer sair de casa e encontrar amigos (35,6%).

No contexto da “balada” também observam os outros e preferem estar com aqueles que consideram bonitos e inteligentes (35,6%); para outros interessa mais a faixa etária jovem (34,8%); grande número dos respondentes não tem padrão definido (35,6); e outros dão preferência às companhias daqueles que tem estereótipo pós-moderno (8,4%). Também destacam algumas características que lhes desperta a atenção no(a) garoto(a): beleza (38,2%); maneira de vestir (12,4%); comportamento “descolado”⁸(26,8%); outros (22,6%).

A natureza das transformações no modo de produção capitalista, desde o final do século XX e a instantaneidade da informação tem influenciado decisivamente no perfil do consumidor jovem. Com isso, os jovens são consumidores potenciais, pois são efêmeros em relação aos produtos e gostam de consumir. Os respondentes afirmam que vão às compras todos os dias da semana (8,8%); uma vez durante a semana (11,6%); uma vez por mês (42,4%); sempre que tem dinheiro (37,2%).

Entre as principais lojas existentes na cidade, aquelas que tem produtos com preços acessíveis são as mais procuradas. Destacam as lojas que consideram que “mais tem a ver comigo” como sendo aquelas que oferecem produtos com *design fashion* e com preços adequados ao orçamento familiar. Citam: Renner (40%); outras pequenas lojas localizadas no Calçadão (34,4%); Atrevida (14,8%); Mercamodas (10,8%).

Ainda em relação ao padrão de beleza, os jovens entrevistados consideram-se fora do padrão considerado ideal, ou seja, magro (muito magro) e alto. A maioria dos respondentes indica que se consideram acima do peso (59,8%); uma parte (21,6%) respondeu que se definem como sendo magros; e

⁷ Termo utiliza para definir festas noturnas com concentração de jovens, música e bebida.

⁸ Livre de preconceitos.

outros afirmam que não se preocupam com esse detalhe e nunca pensaram nesse assunto de peso e altura (7,6%).

A maior parcela dos jovens entrevistados (76,2%) afirma que não frequenta academia e, deste percentual, uma boa parte (40,4%) afirma que não frequenta uma academia por falta de tempo e os demais não mencionaram a abstinência. No entanto, outra parcela (23,8%) confirma a preferência por academias para “malhar” e manter a forma. Entre aqueles que afirmam que frequentam academias, uma parcela (36,2%) diz que faz exercícios apenas no verão quando o corpo é exposto com menos roupa; outra parte vai à academia de 3 a 4 vezes por semana (8,8%); outros frequentam todos os dias (14,6%); e muitos (40,4%) dizem que freqüentam sempre que podem.

A finalidade de ir na academia difere entre os respondentes. Uma parte (12%) busca a hipertrofia, especialmente, do bíceps; outra parte pretende emagrecer (18,4%) com o auxílio dos exercícios; outros (7,4%) buscam qualidade de vida, especialmente, melhor controle respiratório para minimizar efeitos de rinites alérgicas e semelhantes; alguns (4,6%) pensam que melhoram a auto-estima; e, grande parte (57,6%) “malha” para alcançar as medidas protagonizadas pelos(as) modelos para protagonizar eventuais trabalhos de modelo em prospectos e em propagandas de lojas.

Ainda em relação ao padrão de beleza ocidental, percebe-se que entre os jovens respondentes, alguns gostariam de mudar algum detalhe em relação ao corpo (22,6%); e outros (29%) gostariam de modificar a imagem (especialmente, rosto e cabelo). Por outro lado, quando se considerou a possibilidade de mudar alguma coisa, 29% responderam que gostariam de pensar antes de agir; e 35% sugeriram que mudariam a maneira de agir.

A intervenção cirúrgica para corrigir ou mudar o visual vem ganhando adeptos entre todas as faixas etárias e em muitos povos no mundo inteiro. Também entre os jovens respondentes esta alternativa já é considerada como uma possibilidade, ou seja, 37,8% admite que gostariam de fazer uma cirurgia plástica para acentuar ou amenizar traços do rosto; outros (56,6%) não pensam em fazer apenas para a estética, somente se for necessário por algum problema de saúde; e uma pequena parcela (5,6%) não pensa sobre o assunto.

A tatuagem ou o uso do piercing é uma prática dominante entre os jovens respondentes, ou seja, 80,2% já usam e gostam e apenas 19,8% não usam, no entanto, gostariam de usar e pensam na possibilidade de fazer uma tatuagem.

O uso da tatuagem e/ou do piercing, portanto, não se impõe apenas pelo modismo na vida dos jovens. O aparato de objetos e desenhos é, o signo (símbolo), por excelência, do jovem “ligado”⁹. Por isso, passam a fazer parte da identidade pessoal da imensa maioria dos jovens. É entendível, assim, que o uso incessante e permanente de novos produtos (signos/símbolos) de torne uma “demanda imaginária” tão coercitiva quanto de qualquer “necessidade biológica”, a necessidade de ser aceito no grupo (COSTA, 2004).

Assim como em qualquer sociedade de consumo, os jovens respondentes sinalizam algumas características. Para os jovens pertencentes às famílias de menor renda (23,2%), as roupas de marca não interessam porque são muito caras e afirmam não ter dinheiro para comprá-las. No entanto, afirmam que não deixam de adquirir roupas que imitam as marcas mais vendidas. Estes jovens afirmam que a roupa já define ‘quem é quem’ no universo social, por isso optam por peças mais baratas, mas que imitam as marcas famosas. Entre os jovens de maior poder aquisitivo (28,4%), as roupas de marca são intituladas prioritárias; alguns jovens (23,4%) e de diferentes classes sociais afirmam que a marca da roupa não importa e que preferem dar preferência ao conforto e a cor (geralmente relacionada a cor do time de futebol para o qual torcem); e outros (25%), ainda, afirmam que a marca da roupa não é importante e nunca é considerada no momento da compra.

A internet é um recurso de informação e comunicação intensivo para os jovens respondentes e 80,8% afirmam que usam diariamente a internet; 8,4% utilizam as vezes; 10% usam sempre que podem; e 0,8% não têm acesso ou não conhecem. Os respondentes afirmam que se sentem “livres” na internet e que ‘ninguém cobra nada’ e isso permite uma sensação de prazer. Além disso, sabem de tudo o que acontece por meio da comunicação com os internautas e pela divulgação da informação pela mídia. Afirmam que a sensação de “mobilidade” é a sensação proporcionada pela internet ao internauta.

⁹ Estar atualizado e na moda.

Dentre as mídias preferidas dos jovens respondentes estão: orkut e msn (50,2%); facebook (17,4%); fotoblog (5,4%); todas as possíveis (26%); não tem acesso (1%).

O celular é um recurso de comunicação muito utilizado entre os jovens respondentes por meio dos diferentes serviços oferecidos pelas operadoras e 98% possui o aparelho e apenas 2% não possui por questões econômicas.

Os jovens respondentes se consideram atualizados nas tendências e vêem a mobilidade no volátil mundo virtual como uma possibilidade de criação e de participação interativa. Nesse contexto, consideram-se: criativos (44,8%); apáticos (10%); críticos (40,8); repetem o que os outros fazem (4,4%).

Se na modernidade a mobilidade e a velocidade eram desejadas, na pós-modernidade esse desejo se transforma em obrigação, se transforma praticamente, no mínimo exigido para permanecer vivo. Segundo Costa (2004) são os desejos da satisfação sensorial na constituição das subjetividades que a mobilidade e a velocidade oferecem por meio da diversidade de objetos, assuntos e imagens.

Conclusão

Combina-se, no momento atual uma mudança cultural que abre canais de satisfação a seus participantes. Cada cultura, no entanto, permite a realização de certas condutas e interdita outras. Uma cultura na qual tudo fosse igualmente possível não seria 'uma nova cultura'. Na época atual, a grande inovação em matéria de condutas é "estar conectado" e em fruir emoções de ordem estética e passageira. Constatou-se que o jovem santa-mariense apresenta as características presentes nas 'ideologias' da 'nova cultura' como: materialismo, hedonismo, permissivismo, relativismo, consumismo e nihilismo.

Referências

- BARTH, Wilmar Luiz. *O homem pós-moderno, religião e ética*. Teocomunicação, Porto Alegre, v. 37, n. 155, p. 89-108, mar. 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar. 1998.
- BAUMAN, Zygmunt. *Em busca da política*. Rio de Janeiro: Zahar. 2000.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vidas desperdiçadas*. Rio de Janeiro: Zahar. 2005.

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar. 2007.
- COSTA, Jurandir Freire. *Perspectivas da juventude na sociedade de mercado*. In: *Juventude e sociedade. Trabalho, educação, cultura e participação*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ENZENBERGER, Hans Magnus. *Mediocridade e loucura e outros ensaios*. São Paulo: Ática. 2005.
- FEATHERSTONE, Mike. *O desmanche da cultura*. Globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Nobel. 1997.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A. 2004.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE (Censo 2010) – WWW.ibge.gov.br
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes. 2008.
- POCHMANN, Marcio. *Juventude em busca de novos caminhos no Brasil*. In: *Juventude e sociedade. Trabalho, educação, cultura e participação*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- ROJAS, Enrique. *El hombre light: uma vida sin valores*. Madrid: Temas de Hoy. 2008.
- VIERO, Lia Margot Dornelles. *Atlas geográfico municipal*. Encarte do Jornal Diário de Santa Maria/2004.