



UMA SOCIEDADE DE OSTENTAÇÃO EM MEIO AOS JOVENS

Greicy Tays da Silva¹
Juliana Ribeiro de Vargas²

Resumo

Alinhado às teorizações dos Estudos Culturais em Educação e aos Estudos de Gênero em perspectiva pós-estruturalistas, o presente estudo pretende problematizar e visibilizar o que os jovens da nossa sociedade atual assistem e buscam na mídia (*Youtube*), tendo como foco evidenciar em vídeos associados ao gênero da ostentação "amantes por motos". O material empírico decorre das preferências dos estudantes do 9º ano, com idades entre treze e dezessete anos, do Ensino Fundamental de uma escola pública situada em Canoas (RS). Dentro do gênero mais citado, pessoas e blogs, optamos por analisar alguns vídeos de jovens que fazem sucesso e que são citados pelos estudantes. Como metodologia, operamos com análises dos vídeos dos Youtubers Thays RX e Renato Garcia, fazendo uma listagem dos que mais se destacaram, pelo número de visualizações e inscritos em seus canais. Cabe salientar, que nos vídeos ganha visibilidade "a ostentação" através da exibição exacerbada de bens materiais e a associação com a cultura do funk. Segundo DAYRELL, (2007) jovens ostentam os seus corpos e, neles, as roupas, as tatuagens, os piercings, os brincos, dizendo da adesão de determinado estilo, demarcando identidades individuais ou coletivas, além de sinalizar um status social almejado.

Palavras-chaves: Estudos Culturais - Gênero - Juventudes – Consumo - *Youtube*.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho configura-se em um estudo qualitativo, elaborado sobre os aportes teóricos dos Estudos Culturais em Educação e aos Estudos de Gênero em perspectiva pós-estruturalistas. O objetivo principal está em problematizar e visibilizar o que os jovens da nossa sociedade atual assistem e buscam na mídia (*Youtube*), tendo como foco evidenciar em vídeos associados ao gênero da ostentação "amantes por motos".

O material empírico decorre das preferências pelos *Youtubers* de jovens entre treze e dezessete anos, estudantes do 9º ano do Ensino Fundamental de uma escola pública localizada em Canoas (RS). Dentro do gênero mais citado, jovens e *blogs*, optamos por analisar *Youtubers* que fazem sucesso em meio aos jovens e que estão em destaque na mídia atual.

A partir da perspectiva dos Estudos Culturais é possível compreender as manifestações significativas para os distintos grupos sociais, a exemplo das postagens nas redes sociais e

¹ Aluno do curso de Graduação Pedagogia – Bolsista PIBIC/FAPERGS– greicytays@gmail.com

² Professorado PPGEDU– jrvargas@ulbra.edu.br

seus respectivos compartilhamentos, como produções culturais e ainda, como ações comunicativas/identitárias dos grupos sociais nos quais os jovens alunos transitam. Já os Estudos de Gênero, ao deslocarem o foco de análise dos comportamentos de homens e mulheres como originários unicamente de categorizações biológicas para o entendimento dos mesmos como relacionados às construções históricas sociais, fomenta modos diferenciados de descrição e análise de tais sujeitos (LOURO, 1997).

É importante destacar que, ao observar os jovens na atualidade é possível perceber, dentre tantas características, a habilidade dos mesmos para a realização de múltiplas ações em um mesmo espaço de tempo. Deste modo, atos como trocar mensagens, conversar com colegas, realizar os exercícios de determinada disciplina e ainda ouvir música no celular pelo fone de ouvido (burlando muitas vezes o olhar do professor) tornam-se atividades características e comumente realizáveis para os estudantes dos tempos atuais. Sobre o tema, pontua Garbin (2009, p.33):

É uma camada juvenil que tecla ao mesmo tempo em que troca e-mails, navega em sites, posta fotos em outros, assiste televisão [com o controle remoto à mão], ouve música num walkman, num discman, num iPod, num MP3/4/5/6/... player, num celular, num Palm top, ou num aparelho de som convencional e comenta o que assiste e ouve, o que tecla, troca de canais a todo instante em busca de novas imagens, de novos sons, dos mais diferentes lugares e com os mais diferentes personagens, com uma velocidade ímpar [...]

Na atualidade, as condições socioeconômicas não são mais um empecilho para o exercício de determinadas práticas de consumo, dentre as quais se pode referir o uso e a aquisição das tecnologias de informática e das ferramentas para navegação pela *web* que apresentam, em relação ao início dos anos 2000, um custo menor. Hoje computadores, *tablets* e celulares com disponibilidade de acesso à *web* podem ser adquiridos por valores inferiores a R\$ 1.000,00, valor esse que também pode ser parcelado em inúmeras prestações. Tais artefatos podem ser adquiridos por preços ainda menores no comércio informal. Logo, a popularidade dos *Youtubers* também pode ser associada ao grande número de aparelhos tais como *smartphones* e *tablets* em circulação na atualidade. Dessa forma, jovens, a exemplo dos pesquisados, podem, inclusive em sala de aula, acessar as redes sociais e, por conseguinte, os canais dos *Youtubers*.

Segundo Garbin (2003), a internet fragmenta as fronteiras entre as dimensões da cultura, comunicação e informação, mesclando conteúdos primariamente oriundos das mesmas. Logo, em um único acesso a determinado site, é possível informar-se sobre as tendências da moda, comunicar-se com amigos e colegas e produzir artefatos culturais, a

exemplo da postagem de pequenos vídeos de animação. Logo, é possível pensar que a mídia eletrônica esteja modificando os comportamentos humanos em diferentes âmbitos. Sobre o tema, refere Garbin (2003, p. 121):

A mídia eletrônica se apresenta como um avanço tecnológico capaz de modificar nosso comportamento, com um discurso que se materializa em novas condições de possibilidades, em novos espaços e em novas formas que ele assume. Muitos de nós estamos sendo re-constituídos por essas variadas formas discursivas que usamos na Rede e que também são usadas para nós.

METODOLOGIA

Como metodologia, operamos com análise dos vídeos dos *Youtubers*, elencando os vídeos mais acessados que referiam ao mundo da “ostentação” e “amantes por motos”, junto ao número de inscritos nos referidos canais do Youtube, fazendo uma listagem dos que mais se destacaram, pelo número de visualizações e inscritos em seus canais. Cabe salientar, que nos vídeos ganha visibilidade “a ostentação” através da exibição exacerbada de bens materiais e a associação com a cultura do funk. Vale destacar que as preferências dos jovens pelos citados canais foram verificadas através de um questionário inicial sobre suas escolhas midiáticas na *web*.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Organizamos a seguinte tabela para demonstrar o grande número de acessos/visualizações que os vídeos dos *Youtubers* referidos recebem.

Quadro 1

Data - 02/06/2018		
Thays RX	Nana da 150 na garupa da RX no evento em Cotia.	156.622 visualizações
	Treta no trânsito	147.792 visualizações
Renato Garcia	Novinha da escola me abordou de XJ6	428.623 visualizações
	Causando de XJ6 no evento de carros rebaixados	458.923 mil visualizações

Os vídeos apresentados remetem aos jovens que assistem a viverem em um mundo de aparências, sendo levados muitas vezes a uma realidade totalmente diferente da sua e ao mundo do *funk*, onde há ostentações, desrespeito, desigualdade de gêneros e classes e

inseridos ao mundo da mídia. Vale destacar que a “trilha sonora” das postagens analisadas são músicas associadas ao *Funk Ostentação*.

As atitudes de consumo e a visibilidade de determinados bens e artefatos descritas, pelas postagens como as analisadas parecem reiterar um discurso consumista, fundamentado em uma sociedade capitalista, a partir do qual o acúmulo de bens materiais acaba por se tornar a própria dinâmica de felicidade. Sobre a premissa deste discurso, enunciados tais como “os ricos é que são felizes” ou ainda, “apenas o dinheiro traz felicidade” são fomentados e reproduzidos nas mídias contemporâneas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível pensar que as postagens dos Youtubers analisados, bem como as músicas alinhadas com o *funk ostentação* visibilizem a ideia de Bauman (2005) de que, na contemporaneidade, o mundo configura-se como um palco de performances, no qual somos consumidores de bens de consumo, de bens culturais e até mesmo de relacionamentos. Como afirma o mesmo autor, as sociedades contemporâneas padecem da síndrome consumista, na qual os desejos e os anseios pelos bens materiais devem ser atendidos de forma quase imediata. Nas palavras do autor, tal síndrome envolve a “[...] enfática negação da virtude da procrastinação e da possível vantagem de se retardar a satisfação [...] encurta radicalmente a expectativa de vida do desejo e a distância temporal entre este e a sua satisfação, assim como entre a satisfação e o depósito de lixo.” (BAUMAN, 2008, p. 111). Também as palavras de Dayrell (2002, p. 124) são profícuas para a problematização:

Vivemos no Brasil uma situação paradoxal. Nas últimas décadas vêm ocorrendo uma modernização cultural, consolidando uma sociedade de consumo, ampliando o mercado de bens materiais e simbólicos, mas que não é acompanhada de uma modernização social. Assim, os jovens pobres inserem-se, mesmo que de forma restrita e desigual, em circuitos de informações, por meio dos diferentes veículos da mídia, e sofrem o apelo da cultura de consumo, estimulando sonhos e fantasias, além dos mais variados modelos e valores de humanidade.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. **Vidas Desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

DAYRELL, Juarez. A escola “faz” as juventudes? reflexões em torno da socialização juvenil. **Educação e Sociedade**, Campinas, vol. 28, n. 100 - Especial, p. 1105-1128, out. 2007.

_____. O jovem como sujeito social. Rio de Janeiro: **Revista Brasileira de Educação**, 2003.

GARBIN, Elisabete M. Culturas Juvenis, Identidades e Internet: questões atuais. Cultura, Culturas e Educação. **Revista Brasileira de Educação**. Campinas. n 23. p. 119-135. maio/jun/jul/ago. 2003.

_____. Conectados por um fio: Alguns apontamentos sobre internet, culturas juvenis contemporâneas e escola. In: BRASIL, Ministério da Educação, Secretaria de Educação a distância. **Juventude e escolarização: os sentidos do Ensino Médio**, 2009.

LOURO, Guacira Lopes. Currículo, gênero e sexualidade: o “normal”, o “diferente” e o “excêntrico”. In: LOURO, Guacira; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (orgs.): **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. Petrópolis: Vozes, p. 41-52, 2003.

_____. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997.